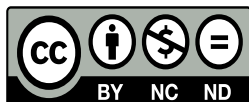


Plano de comunicação estratégica 2022



Relatório Anual de Atividades de Comunicação Social **2021**





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.ans.gov.br

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:

Gerência de Comunicação Social

PROJETO GRÁFICO:

Gerência de Comunicação Social - GCOMS/SEGER/DICOL

NORMALIZAÇÃO:

Biblioteca/CGDOP/GEQIN/DIGES

Ficha Catalográfica

A265r Agência Nacional de Saúde Suplementar (Brasil). Diretoria Colegiada. Secretaria Geral. Gerência de Comunicação Social.

Relatório Anual de Atividades de Comunicação Social: exercício 2020. [recurso eletrônico]/ Agência Nacional de Saúde Suplementar (Brasil). Diretoria Colegiada. Secretaria Geral. Gerência de Comunicação Social.-- Rio de Janeiro: ANS, 2021. 7,8MB; ePub.

1.Planejamento. 2.Comunicação Institucional. 3.Comunicação pública. 4.Agência Nacional de Saúde Suplementar (Brasil). I. Título.

CDD 302.2

SUMÁRIO

1 – Apresentação	04
2 – Equipe de Comunicação Social	05
3 – Ações realizadas	06
3.1 Principais projetos	06
3.2 Dados por núcleo de atividade	14
3.3 Projetos e ações previstos no Plano de Gestão Anual da ANS	25
4 – Gestão e fiscalização de Contratos	27
5 – Resultados de indicadores	30

CAPÍTULO 01

APRESENTAÇÃO

Em 2020, ano em que a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) completou duas décadas em atividade, o mundo foi surpreendido pela pandemia do novo coronavírus, que assolou países de todos os continentes, alterando radicalmente a vida das pessoas. A proliferação da Covid-19 mudou o nosso dia a dia, gerou ou agravou crises econômico-financeiras, aumentou a incidência de casos de depressão e de ansiedade* e exigiu adequações também no modo de trabalho nas organizações. Todo e qualquer planejamento precisou ser revisto e adaptado ao que foi chamado de “novo normal”.

Na ANS não foi diferente. A partir do início de março, com a ocorrência dos primeiros casos da Covid-19 no Brasil, o trabalho remoto para todos os servidores e colaboradores foi a medida adotada para manter as pessoas em distanciamento social. Dessa forma, as reuniões presenciais deram lugar aos encontros virtuais e as trocas de informações diárias sobre as atividades passaram a acontecer quase que exclusivamente por sistemas de mensagens instantâneas, e-mail e ligações telefônicas.

Com a pandemia, surgiram novas necessidades de comunicação, tanto para o público interno quanto para o público externo, sobretudo para informar dados e medidas relacionados à Covid-19 para o setor regulado e os usuários de planos de saúde. Houve, portanto, um significativo aumento no volume de demandas atendidas, de notícias divulgadas e de ações proativas realizadas pela Gerência de Comunicação Social (GCOMS) em 2020. Em comparação a 2019, foi registrado crescimento de 22% no atendimento a demandas de Comunicação Interna e de 35% nas realizações da Assessoria de Imprensa e Gestão do Portal.

Para reduzir a distância entre as pessoas e manter o público interno bem informado, a GCOMS incrementou o uso de canais de comunicação que não dependessem da rede da ANS para serem acessados, já que nem todos os profissionais utilizam o serviço de VPN. Também foi importante manter a sociedade – sobretudo os usuários de planos e o setor regulado – ciente das medidas implementadas pela reguladora em razão da pandemia.

Apesar de toda a apreensão e das dificuldades causadas por essa grave crise sanitária e pelo confinamento, a GCOMS realizou a maior parte das atividades previstas no Plano de Comunicação Institucional 2020, inclusive com a criação de novos canais de comunicação, como o boletim mensal Covid-19 – Saúde Suplementar e a Web Rádio ANS, voltada para o público interno.

* Covid: saúde mental piorou para 53% dos brasileiros sob pandemia, aponta pesquisa (<https://www.bbc.com/portuguese/geral-56726583>)

CAPÍTULO 02

EQUIPE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

A GCOMS contou com a dedicação e o comprometimento de 16 profissionais ao longo de 2020. Em dezembro, a equipe ganhou um reforço no Núcleo Design, com a chegada de uma designer da agência de comunicação licitada, Partners.

A equipe é dividida em núcleos com papéis definidos e que atuam de forma integrada, de acordo com a organização abaixo:

Gerente

Isabella Eckstein

Gerente-substituta

Mariana Souza

Administrativo

Suelen Marmelo

Comunicação Interna

Gizele Toledo

Adriana Brandão

Lorrana Santana (estagiária)

Relações com Imprensa e Gestão do Portal

Silvia Cavichioli

Lorena Vázquez

Marcos Araújo

André Gonzalez

Gestão de Redes Sociais

Paula Gabriela Freitas

Dafnée Canello

Identidade Visual

Marcos Pinheiro

Tatiana Costa

Produção Multimídia

Fabio Junqueira

Mariana Costa

Publicidade

Adriana Brandão

Paula Gabriela Freitas

CAPÍTULO 03

AÇÕES REALIZADAS

3.1 – PRINCIPAIS PROJETOS

O ano de 2020 pode ser dividido entre antes e depois da pandemia. Nos dois primeiros meses do ano, o Plano de Comunicação Institucional foi cumprido normalmente. Com a chegada da Covid-19 ao Brasil e a determinação de trabalho remoto para toda a Agência, foi necessário rever prioridades, pensar em novas estratégias e reprogramar alguns projetos. A seguir, estão listados: as principais ações realizadas pela GCOMS ao longo de 2020, além de números e os projetos mais relevantes implementados por cada núcleo.

ANIVERSÁRIO DE 20 ANOS DA ANS

A ANS completou 20 de atuação no dia 28 de janeiro de 2020, data em que sua lei de criação, a 9.961/2000, faz aniversário. A data foi celebrada com diversas ações voltadas para os públicos interno e externo, entre elas:

criação de logomarca comemorativa para aplicação nos canais de comunicação e em materiais institucionais



CALENDÁRIO DE MESA DISTRIBUÍDO AOS SERVIDORES E COLABORADORES



LANÇAMENTO DE PERFIL INSTITUCIONAL NO INSTAGRAM



DIVULGAÇÃO DE PRINCIPAIS MARCOS DA HISTÓRIA DA ANS

envio de release para imprensa, divulgação de texto no portal e nos canais internos, publicação de posts nos perfis da ANS nas redes sociais.



PRODUÇÃO DE PEÇAS GRÁFICAS E DIVULGAÇÃO/COBERTURA DE EVENTO INTERNO REALIZADO EM PARCERIA COM A GERÊNCIA DE RECURSOS HUMANOS (GERH/DIGES) E A COORDENAÇÃO DE EVENTOS INSTITUCIONAIS (COEI/GAB-PRESI)



Linha do tempo



Caça-palavras

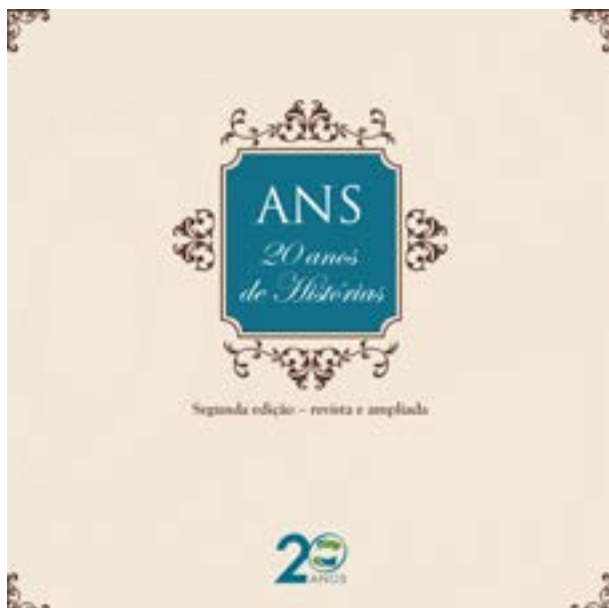


Painel para fotos



Dinâmica de integração

LIVRO DIGITAL COM HISTÓRIAS CONTADAS PELOS SERVIDORES E COLABORADORES





AÇÕES DE COMUNICAÇÃO SOBRE A COVID-19

No fim de janeiro de 2020, foi divulgada a primeira matéria para o público interno com informações e orientações sobre prevenção a respeito do vírus que havia surgido na China e que já começava a se espalhar para outros países. Em 10/03, pouco depois da Covid-19 chegar ao Brasil, a ANS determinou a cobertura obrigatória de exame para a detecção do novo coronavírus. A partir desse momento, com o agravamento da situação em todo o mundo e a declaração de pandemia pela OMS, a Covid-19 passou a ser o centro das atenções também na ANS.

Ainda em março, para preservar a saúde de todos e evitar o contágio, foi instituído o trabalho remoto. Para manter o público interno bem informado e considerando que a grande maioria não teria acesso à rede local da ANS, a GCOMS incrementou o uso de ferramentas como o Sharepoint, Teams, e-mail institucional e Whatsapp visando atingir o maior número de pessoas.

Para facilitar o acesso aos conteúdos relativos à Covid-19, a GCOMS criou o blog Coronavírus em Pauta para o público interno, no Teams, e uma página exclusiva sobre o tema, voltado ao público externo, no portal de internet, com destaque na página inicial do site. Pelos perfis institucionais da Agência nas redes sociais, também foram passadas orientações e notícias sobre as ações da ANS relacionadas à pandemia.

AMPLA DIVULGAÇÃO DE NOTÍCIAS, ORIENTAÇÕES E DICAS NOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO INTERNA

Intrans



Teletrabalho durante período de isolamento social

29/03/2020 em João Ribeiro

Apartir desta sexta-feira (20/03/2020), devido à emergência de saúde pública decorrente do coronavírus (COVID-19), fica a ordem do gestor de cada unidade administrativa a adoção de trabalho remoto, total ou parcial, das atividades desativadas pelos servidores.

Também foi suspensa a exigência de produtividade das atividades desempenhadas em regime remoto.

Codificação: integral da portaria nº 128

Equipe de saúde ocupacional realiza atendimento em trabalho remoto

26/03/2020 em Jogo, Saúde, Notícias

Devido à pandemia e às medidas de prevenção ao novo coronavírus (Covid-19), os profissionais contratados pela empresa de saúde ocupacional se encontram em trabalho remoto.

Caso seja necessário entrar em contato, envie e-mail diretamente aos profissionais:

Psicólogo – andrea.guimaraes@ans.gov.br

Assistente Social – ana.fernandes@ans.gov.br

Nutricionista – claudia.cordeiro@ans.gov.br

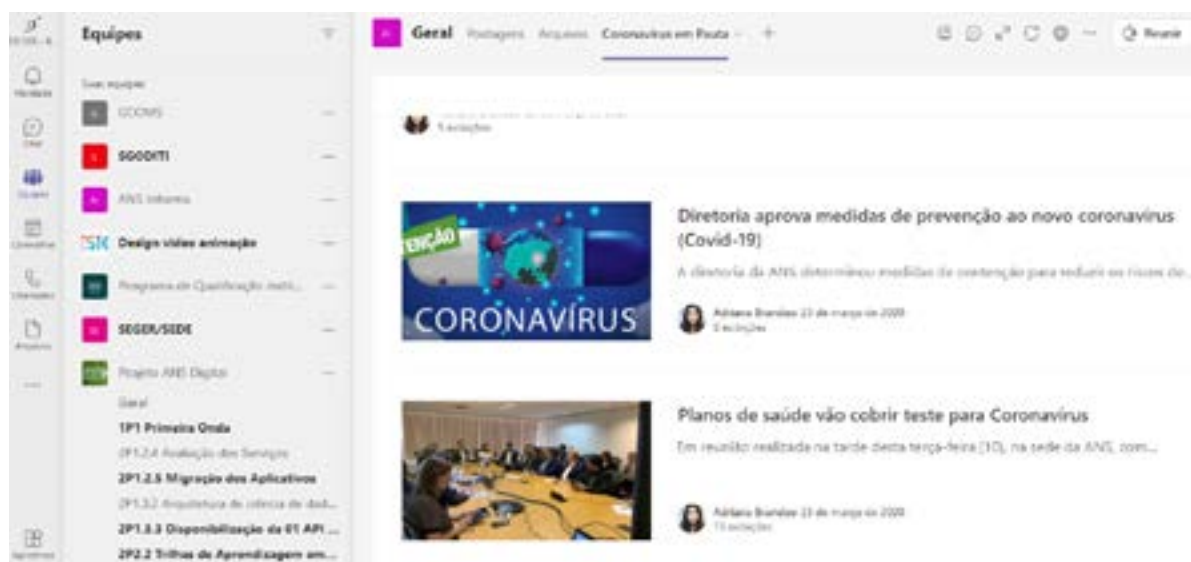
Fisioterapeuta – cintia.conceicao@ans.gov.br / luciana.lima@ans.gov.br

Como proteger sua saúde mental em tempos de coronavírus

VPN: cuidados que você precisa tomar para sua conexão não falhar

Diretoria Colegiada da ANS debate ações sobre o Coronavírus

ANS Informa



Criação do blog Coronavírus em Pauta, com foco o público interno

Data: 30/03

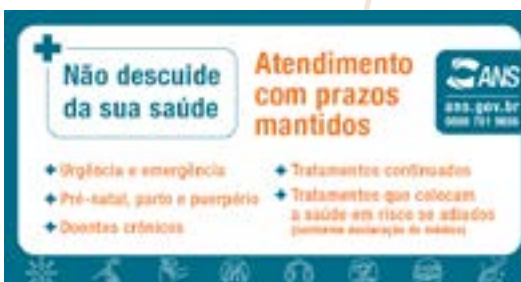


CRIAÇÃO DE PÁGINA SOBRE A COVID-19 NO PORTAL DA ANS, FOCO NO PÚBLICO EXTERNO

Data: 6/04



CAMPANHAS NAS REDES SOCIAIS



Lançado em 19/05



O Boletim Covid-19 – Saúde Suplementar foi uma iniciativa com o objetivo de dar transparência aos dados que a ANS começou a coletar junto a um conjunto de operadoras para monitorar o comportamento do setor de planos de saúde durante a pandemia.

Por meio da publicação, a reguladora passou a divulgar, mensalmente, dados assistenciais (taxas de ocupação de leitos – comuns e de UTI -, números de internações por Síndrome Respiratória Aguda Grave, atendimentos em pronto-socorro que não geraram internação; realização de exames para detecção da Covid-19); dados econômico-financeiros (recebimento de pagamentos dos beneficiários; valores pagos a fornecedores e prestadores; sinistralidade de caixas; taxa de inadimplência); dados sobre demandas de consumidores registradas junto aos canais de atendimento da ANS (total de reclamações registradas; total de pedidos de informações e reclamações sobre coronavírus; e dados específicos de exames e tratamentos para a Covid-19).

Além desse conjunto de dados que apontam o impacto da pandemia no setor de saúde suplementar, o boletim apresenta também evolução de beneficiários em planos de assistência médica por tipo de contratação de plano e por faixa etária.

A relevância da publicação foi reconhecida pela Fundação Getúlio Vargas que, em novembro de 2020, concedeu à ANS o prêmio FGV de Melhores Práticas em Regulação pela produção do Boletim Covid-19.



LANÇAMENTO DA WEB RÁDIO ANS

Data: 5/08



Projeto que já constava do plano de comunicação para 2020, o lançamento de uma rádio interna ganhou ainda mais importância num cenário de pandemia.

Com um mix de notícias, entrevistas, curiosidades e dicas sobre temas variados, como saúde, nutrição, tecnologia da informação e sustentabilidade, a Web Rádio ANS é um podcast com duração de 10 a 15 minutos publicado toda quarta-feira às 14 horas, com exceção de feriados, na IntranS e no ANS Informa. A divulgação é incrementada com o uso de virais no WhatsApp e destaque no boletim eletrônico Intranligado.

Num momento de distanciamento físico, a Web Rádio ANS foi um importante meio de aproximação do público interno da Agência ao dar voz às pessoas.

CAMPANHA ANS DIGITAL

Em 2020, a ANS avançou digitalização dos seus processos e serviços, simplificando etapas, gerando maior eficiência e aprimorando a jornada dos usuários que utilizam os serviços prestados pela reguladora.

O ANS digital é coordenado pela Gerência de Qualificação Institucional (GEQIN) e tem as gerências de Tecnologia da Informação (GETI), de Produção de Informação (GEPIN) e de Comunicação Social (GCOMS) como áreas mais envolvidas. Além de engajar e informar o público interno sobre o andamento do projeto, a campanha de comunicação também incluiu ações voltadas para o público externo a fim de dar conhecimento à sociedade sobre a evolução do plano de transformação digital da ANS.

Público interno



*Banner digital Intrans e ANS Informa –
1ª fase da campanha*



*Banner digital Intrans e ANS Informa
– divulgação do Seminário ANS Digital
– Jornada da Transformação, realizado
virtualmente de 3 a 6/11*

Público externo



Banner digital de divulgação do projeto no site e página criada no portal



Posts de redes sociais

3.2 – DADOS POR NÚCLEO DE ATIVIDADE

COMUNICAÇÃO INTERNA

A equipe de Comunicação Interna tem os desafios de manter os servidores e colaboradores bem 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.

Em 2020, a GCOMS utilizou os seguintes canais de comunicação o público interno:

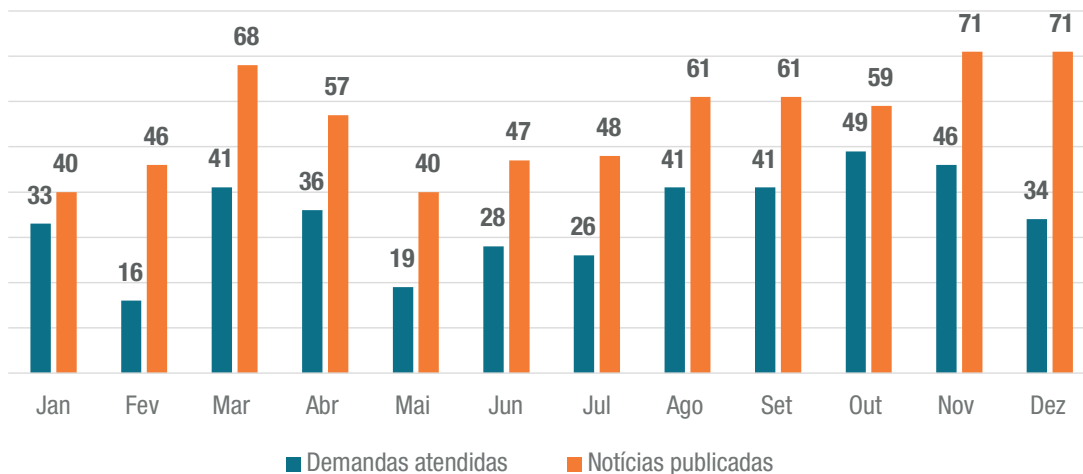
- Web Rádio ANS
- Intranet colaborativa – IntrANS
- Boletim eletrônico Intraligado
- Boletim eletrônico InfoGestores
- ANS Alerta: lista de transmissão via WhatsApp para envio de notícias urgentes
- ANS Informa: lista de transmissão criada na ferramenta Teams, que pode ser acessada via internet, sem o uso da rede local da ANS
- Imagens para compartilhamento via WhatsApp (virais)

A equipe também realizou diversas campanhas para informar, engajar e mudar hábitos dos servidores e colaboradores.

DADOS GERAIS - COMUNICAÇÃO INTERNA

Ao longo de 2020, esse núcleo atendeu 410 demandas de outras unidades da ANS e divulgou 669 textos de notícias e campanhas.

Comunicação Interna



DESTAQUES - COMUNICAÇÃO INTERNA



Identidade visual do Planejamento Estratégico 2020: todos são peças fundamentais para a construção da ANS que queremos.



Campanha de incentivo à adesão ao novo perfil institucional da ANS na rede social Instagram

Dia das Crianças

Conheça a nova turminha de colaboradores



Momento de extrema fofura na campanha do Dia das Crianças – crachás da ANS ganharam fotos de colaboradores mirins

Dia das Crianças

Você pode participar até hoje (08/10).



8/03 – Dia Internacional da Mulher – na ANS, mulheres trocam presentes por respeito, companheirismo e compreensão



RELAÇÕES COM IMPRENSA E GESTÃO DO PORTAL

De maneira geral, compete aos integrantes desse núcleo produzir conteúdo para divulgação ao público externo; atuar de forma proativa no relacionamento com a imprensa e atender demandas de jornalistas; preparar os porta-vozes da ANS para entrevistas e fazer a gestão do portal institucional.

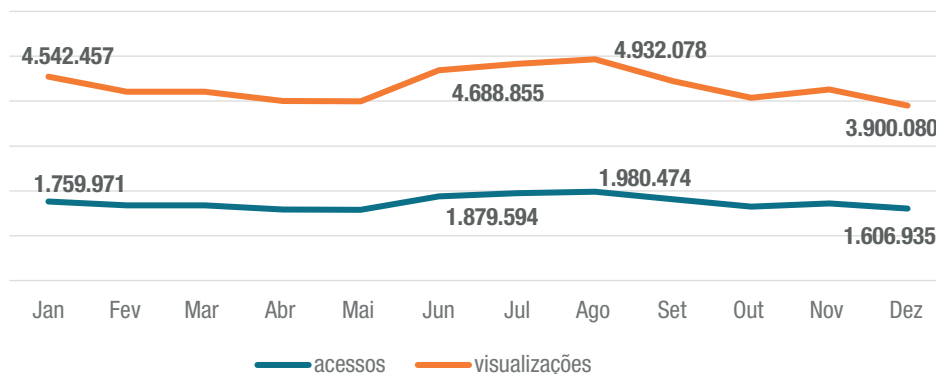
Entre os produtos elaborados pela equipe estão:

- Notas, posicionamentos oficiais, respostas para jornalistas
- Briefings e mensagens-chave para porta-vozes
- Notícias para o portal e releases para a imprensa
- Conteúdo para podcasts

DADOS GERAIS - RELAÇÕES COM IMPRENSA E GESTÃO DO PORTAL

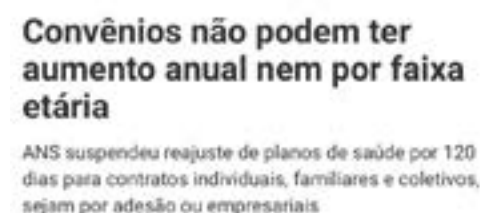
Em 2020, a equipe atendeu 917 demandas de jornalistas e divulgou 131 releases para a imprensa. O núcleo também foi responsável pela redação/edição/publicação de 352 notícias no portal. Ao todo, o site da ANS teve mais de 20 milhões de visualizações e mais de 52 milhões de acessos ao longo de 2020.

Gestão do Portal



Fonte: Google Analytics

DESTAQUES - RELAÇÕES COM IMPRENSA E GESTÃO DO PORTAL





Teste sorológico de covid será coberto por plano

O Conselho Nacional de Saúde de Suplementar (ANS) determinou que os planos de saúde paguem pelo teste sorológico para a covid-19. A medida garante o acesso ao diagnóstico e ao tratamento. O teste sorológico é o mais preciso para detectar a infecção. Até agora, apenas o teste de PCR era utilizado. A medida foi aprovada em 11 de agosto. O teste sorológico é o mais preciso para detectar a infecção. Até agora, apenas o teste de PCR era utilizado. A medida foi aprovada em 11 de agosto.

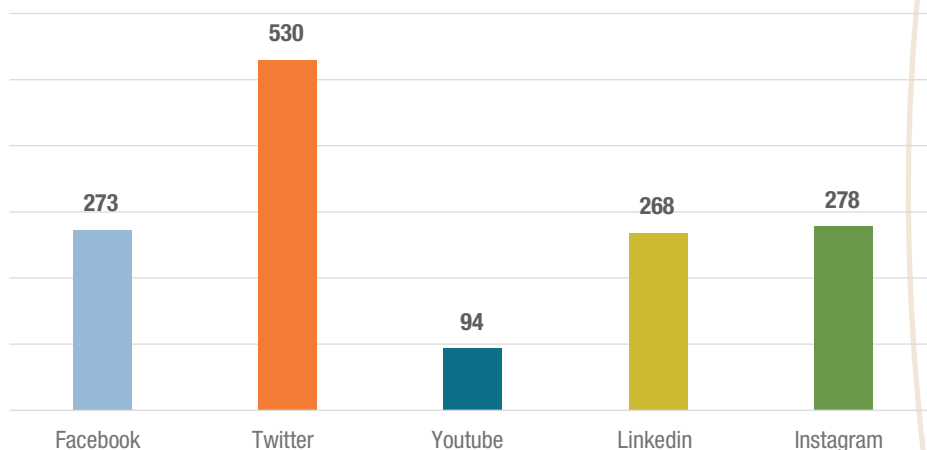
GESTÃO DE REDES SOCIAIS

A ANS já tinha perfis institucionais no Twitter, Facebook, Youtube e LinkedIn quando lançou, em janeiro de 2020, sua página no Instagram. A equipe que atua neste núcleo elabora estratégias para atuação nas redes sociais, monitora a repercussão de temas relacionados à ANS e ao setor de planos de saúde, gera relatórios, elabora posts, faz moderação de comentários e responde mensagens privadas (inbox) prestando esclarecimentos ou orientando a busca pelos canais de atendimento adequados.

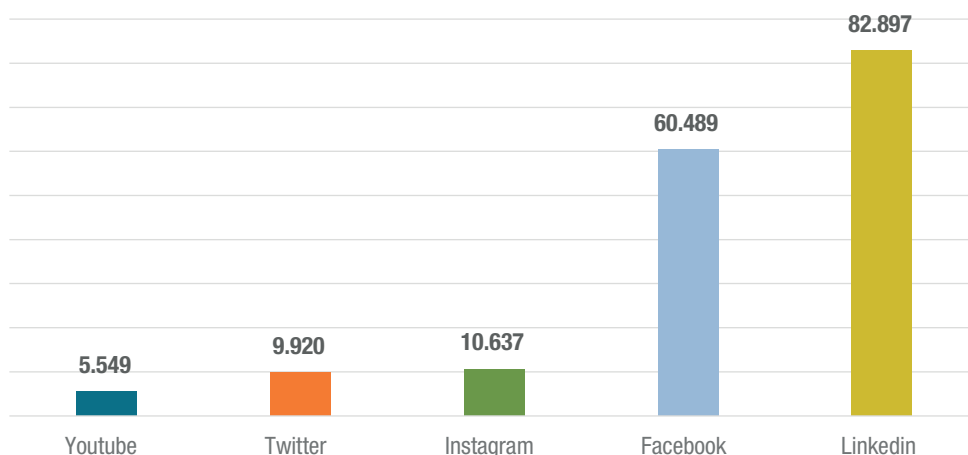
DADOS GERAIS – GESTÃO DE REDES SOCIAIS

Ao longo de 2020, foram publicados 94 vídeos no Youtube, 530 posts no Twitter e cerca de 270 posts nos demais perfis institucionais. Lançada em janeiro, a página da ANS no Instagram apresentou crescimento de mais de 1.300% no número de seguidores até dezembro. Os demais perfis institucionais também apresentaram aumento de seguidores/inscritos: Youtube – 108,6%; LinkedIn – 41,7%; Twitter – 37,9%; e Facebook – 8,7%.

Posts publicados



Seguidores/Inscritos



DESTAQUES – GESTÃO DE REDES SOCIAIS



Campanha Parto Adequado



10 anos da NIP



Post Dia das Mães



Divulgação de dados do setor

IDENTIDADE VISUAL

Responsável pela gestão da marca e da identidade visual da ANS em todos os materiais de comunicação institucional, cabe ao núcleo de Identidade Visual definir padrões e zelar pela correta utilização dos padrões institucionais. Diante do crescente volume de demandas de design, parte da elaboração de peças digitais precisou ser feita pelo núcleo de Produção Multimídia para que fosse possível atender o crescente número de demandas. Em dezembro de 2020, o núcleo passou a ter mais uma profissional, após realização de aditivo no contrato da agência Partners.

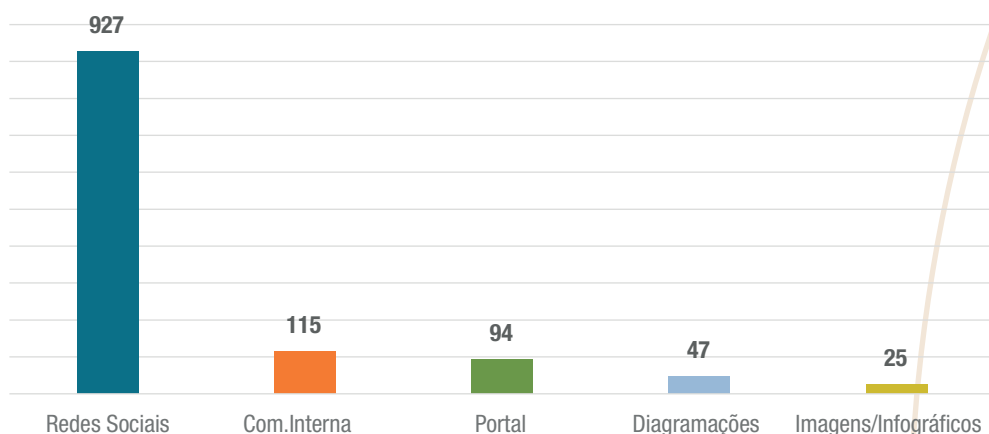
As principais atividades dessa equipe são:

- 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;
- Elaboração de infográficos para apoio às divulgações da equipe de Relações com Imprensa.

Dados gerais – Identidade Visual

Ao todo, foram elaboradas 1.208 peças de design em 2020, entre posts para as redes sociais; banners digitais para a intranet e o portal; virais para Whatsapp; criação de marcas, ícones e infográficos; diagramação de publicações; e elaboração de cartazes para impressão.

Identidade Visual



Destaques – Identidade Visual



Cartaz Vacinação Sarampo



Capa de Relatório de Qualificação Institucional o



Post para Facebook – Dia Mundial da Saúde



Papeleria – calendário 2021

PUBLICIDADE

A GCOMS realizou duas campanhas de publicidade em 2020. A primeira foi planejada para 2019, mas só foi veiculada em 2020 em decorrência da necessidade de adequações às diretrizes da nova gestão da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM) - órgão que disciplina as regras de publicidade para a administração pública federal.

Dessa forma, a campanha planejada e produzida em 2019 foi divulgada no início de 2020, tendo sido utilizada parte do orçamento de 2020 para arcar com os custos de mídia. Com os recursos restantes, a GCOMS optou por solicitar à agência Popcorn a criação de uma nova campanha de publicidade de utilidade pública para ser veiculada no segundo semestre de 2020.

CAMPANHA ANS: #PRONTAPRATEAJUDAR

Totalmente digital, a campanha foi realizada de 08/01 a 17/03 nos perfis institucionais da ANS no Facebook, Twitter, Youtube e LinkedIn e, também, no Google Search e Instagram, cobrindo todo o território nacional. Os vídeos e posts produzidos abordaram temas relevantes para quem quer contratar ou para quem já tem um plano de saúde, tais como: principais características dos planos; como verificar informações sobre as operadoras; como trocar de plano sem ter que cumprir novas carências, utilizando o mecanismo da portabilidade de carências; como comparar planos disponíveis no mercado; e como falar com a ANS.



Post para redes sociais



Vídeo para internet

CAMPANHA #ANSCOMVOCÊ

Realizada de 8 a 29/12/2020, a campanha abordou, por meio de posts e vídeos animados nas redes sociais, informações e orientações para o consumidor. Como escolher um plano; como verificar informações sobre as operadoras; como trocar de plano levando as carências já cumpridas foram alguns dos temas tratados, ou seja, a jornada percorrida pelo consumidor desde a escolha até a troca ou cancelamento do seu plano de saúde. Com linguagem clara e objetiva e, ao mesmo tempo, lúdica, a campanha teve a preocupação de tornar o conteúdo muitas vezes técnico (regras e normas) mais palatável e de fácil compreensão. Seguindo a recomendação da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), a campanha foi veiculada com posts patrocinados nas plataformas Twitter e LinkedIn. A divulgação também ocorreu de maneira orgânica nos perfis oficiais da ANS no Facebook, no Instagram e no YouTube.



Post para redes sociais



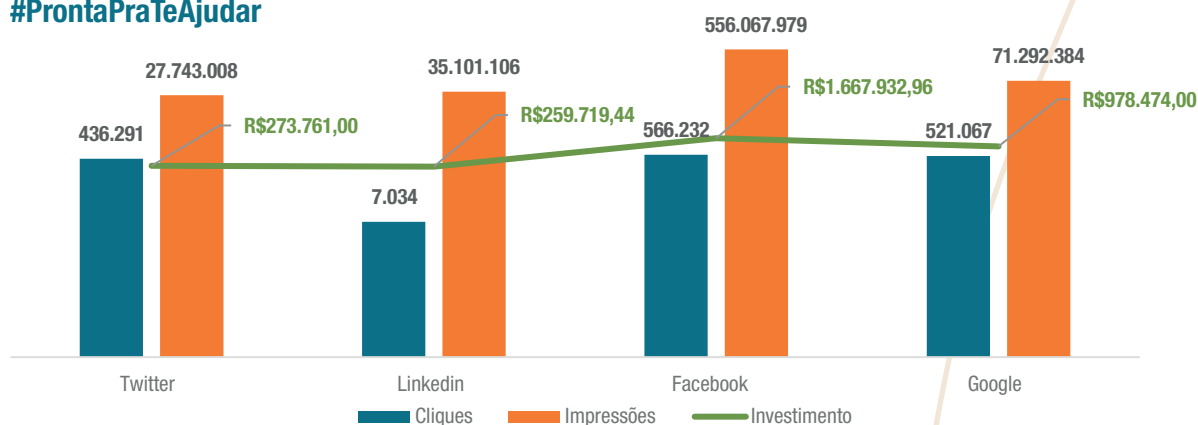
Vídeo para internet

RESULTADOS DAS CAMPANHAS

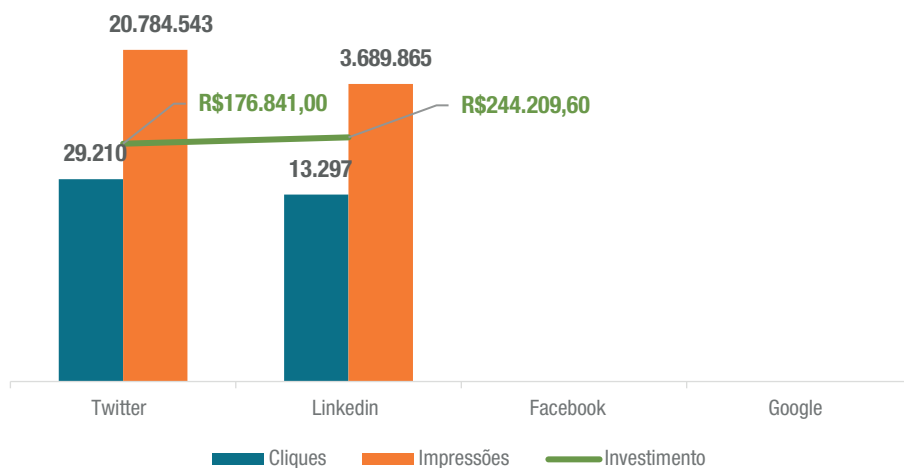
Os gráficos a seguir apresentam as métricas e metas definidas para a mensuração dos resultados da campanha. Os dois primeiros informam, comparativamente, os investimentos realizados e os resultados em quantidade de cliques e impressões (“exibições” totais) obtidos em cada campanha.

Para campanha #ANSComVocê, foram definidas metas adicionais para acompanhamento (visualização de vídeos – “views” e engajamento), que estão apresentadas de forma consolidada no gráfico que confronta as metas e os resultados realizados. Verificamos que todas as metas foram superadas e o resultado geral da campanha foi bastante positivo.

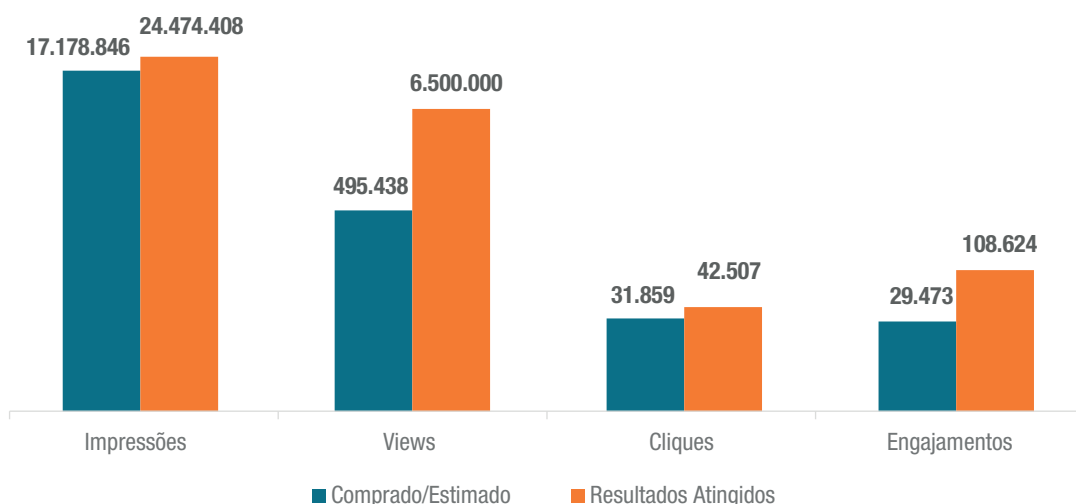
#ProntaPraTeAjudar



#ANSComVocê



#ANSComVocê - Resultado Geral



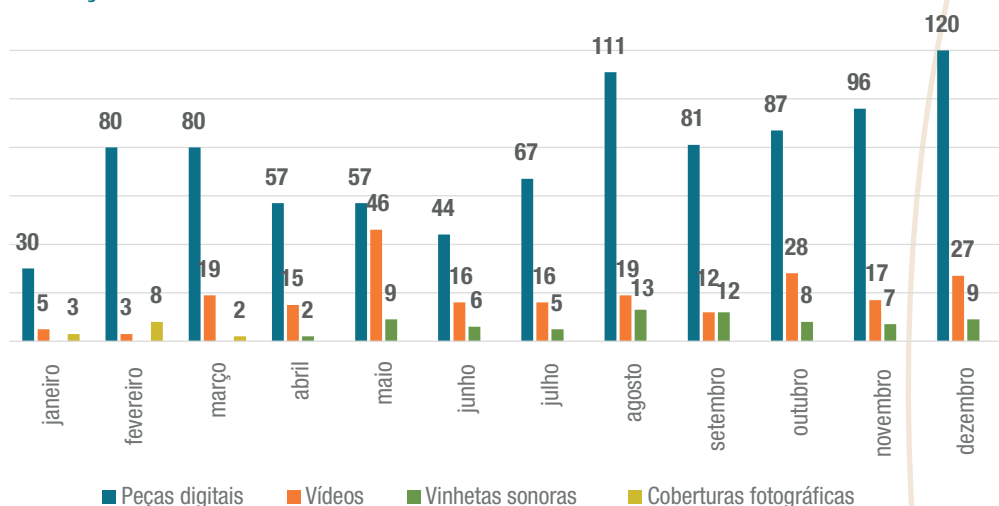
PRODUÇÃO MULTIMÍDIA

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

Entre as principais atividades dessa equipe, estão: cobertura fotográfica e gravação de eventos; produção de vídeo-reportagem, vídeos de animação, tutoriais e edição de podcasts.

Em 2020, a equipe produziu 910 peças digitais (em apoio à equipe de Identidade Visual), 223 vídeos, 71 vinhetas sonoras e realizou 13 coberturas fotográficas de eventos, todas realizadas antes da pandemia de Covid-19

Produção Multimídia



DESTAQUES – PRODUÇÃO MULTIMÍDIA



Edição das reuniões da DICOL



Vídeo animação sobre ações da ANS no enfrentamento à Covid-19



Criação de vinhetas e edição dos programas semanais da Web Rádio ANS



Tutorial para uso do painel dinâmico D-TISS

3.3 PROJETOS E AÇÕES PREVISTOS NO PLANO DE GESTÃO ANUAL DA ANS

Projeto / Ação	Situação
Elaborar modelo para o Relatório Anual de Atividades de Comunicação	Item excluído a pedido da GCOMS.
Construir pelo menos um indicador de redes sociais	Criado o indicador Engajamento no LinkedIn.
Mapear 3 processos de trabalho GCOMS	Em 2020, foram concluídos os mapeamentos dos processos: Relacionamento com a imprensa; Realização do desenvolvimento de estratégias de comunicação; e Gestão de crises de comunicação.
Elaborar pelo menos um indicador para Comunicação Interna	Foi definido o indicador Satisfação com os canais internos.

Projeto / Ação	Situação
Elaborar pelo menos um indicador para Assessoria de Imprensa	A GCOMS conta com dois indicadores para mensurar ações da Assessoria de Imprensa: ÍnPar e Índice de Favorabilidade da ANS junto à Imprensa.
Implementar pelo menos um indicador para Comunicação Interna	Foi realizada a pesquisa para o cálculo do indicador Satisfação com os canais internos.
Implementar pelo menos um indicador para Assessoria de imprensa	Os dois indicadores de Assessoria de Imprensa foram mensurados.
Elaborar o Relatório Anual de Atividades de Comunicação	GCOMS pediu prorrogação do prazo para entrega do documento em função do grande volume de demandas à área.

CAPÍTULO 04

GESTÃO E FISCALIZAÇÃO DE CONTRATOS

Todos os servidores que trabalham na GCOMS são responsáveis pela gestão e fiscalização de contratos importantes para a realização das atividades de comunicação. Abaixo, a relação de contratos e os principais resultados alcançados.

AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO – PARTNERS (CONTRATO Nº 29/2019)

REALIZAÇÃO DE ADITIVO CONTRATUAL

Motivo: ampliação do escopo das atividades de design e mudança da forma de prestação de contas. A previsão contratual não estava suprimindo as necessidades para atendimento a demandas de comunicação e o aditivo permitiu a ampliação da quantidade e dos tipos de peças elaboradas pela equipe de Identidade Visual. Com a mudança contratual, a cobrança passou a ser feita por um pacote de demandas de baixa ou de alta complexidade e não mais por entregas avulsas.

OBJETO	CONTRATADA	CONTRATO	VALOR	VALOR COM ADITIVO CONTRATUAL (a partir de 16/09/2020)
Agência de Comunicação	Partners	nº 29/2019	R\$ 3.056.882,56	R\$ 3.485.282,8

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE – POPCORN (CONTRATO Nº 9/2019)

REDUÇÃO DE VALOR ORÇAMENTÁRIO

Motivo: Os recursos destinados ao contrato passaram de R\$ 3.500.000,00 ao ano para R\$3.200.000,00 ao ano devido a ajustes orçamentários. Foi realizado um aditivo contratual prorrogando o contrato por mais 24 meses a partir de 28/03/2021, com supressão de 8,57% do valor contratual.

OBJETO	CONTRATADA	CONTRATO	VALOR	VALOR COM REDUÇÃO ORÇAMENTÁRIA (a partir de 28/03/2021)
Agência de Publicidade	Popcorn	nº 09/2019	R\$ 3.500.000,00	R\$ 3.200.000,00

MAILING DE IMPRENSA – COMUNIQUE-SE (CONTRATO Nº 41/2019)

REALIZAÇÃO DE ADITIVO CONTRATUAL SEM CUSTO

Motivo: a entrada em vigor da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) ocasionou mudanças no formato do fornecimento de contatos de jornalistas - produto da contratação de um mailing de imprensa. Com lei, os contratantes não podem mais salvar as listas de contatos dos jornalistas em seus arquivos, só podem fazer a seleção para uso imediato no envio de e-mails. Dessa forma, a equipe de assessoria de imprensa não teria mais como enviar releases após o alcance do total de 60 mil disparos, mesmo que fora do sistema do Comunique-se, porque não teria acesso ao mailing atualizado em Excel, como era possível antes da lei. Assim, para que a ANS não tivesse nenhum prejuízo no que diz respeito ao alcance de suas informações, foi negociado um aumento no número de disparos de 60 mil para 80 mil sem custo adicional.

OBJETO	CONTRATADA	CONTRATO	VALOR	VALOR COM ADITIVO CONTRATUAL (a partir de 1/12/2020)
Mailing jornalístico	Comunique-se	nº 41/2019	R\$ 6.000,00	R\$ 6.000,00

ASSINATURA ELETRÔNICA DE JORNAIS – ELDEX (CONTRATO Nº 07/2017)

REDUÇÃO DE VALOR NEGOCIADA

Pela terceira vez consecutiva, a GCOMS conseguiu mais uma redução de valor no contrato das assinaturas digitais. Dessa vez o valor global diminuiu de R\$ 15.048,00 para R\$ 14.304,24. Uma redução de R\$ 744,00 do exercício anterior para o presente e uma redução de R\$ 1.835,28. desde o início do contrato.

OBJETO	CONTRATADA	CONTRATO	VALOR	VALOR COM REDUÇÃO NEGOCIADA (a partir de 10/02/2020)
Assinatura eletrônica de jornais	Eldex	nº 07/2017	R\$ 15.048,00	R\$ 14.304,24

IMPRESSÃO GRÁFICA

NOVA LICITAÇÃO

Tomando-se como base o Pregão Eletrônico nº 04/2017, do qual o contrato anterior - nº 23/2017 - fez parte, em 2020 a GCOMS iniciou o processo para uma nova licitação. Desta vez, o processo foi feito no Sistema de Registro de Preços, com otimização das quantidades de impressos, adequação do modelo para Grupo de Itens - que reduziu o número de contratos existentes para impressos, aumentando a eficiência da fiscalização. A licitação foi concluída em abril/2021 e, como resultado das otimizações relatadas, houve uma redução de cerca de 80% em relação ao valor estimado anterior, no PE/2017.

OBJETO	CONTRATADA	CONTRATO	VALOR TOTAL
Impressão Gráfica	Várias	Vários	R\$ 262.327,40

CLIPPING JORNALÍSTICO – SUPERNOVA (CONTRATO Nº 26/2020)

NOVA LICITAÇÃO

Foi realizada nova licitação com inclusão de garantias para a Administração, como comprovante de autorização de clipagem de determinados veículos que assim exigem. O contrato anterior tinha valor de R\$ 22.990,00 sendo que o novo ficou em R\$ 31.599,96

OBJETO	CONTRATADA	CONTRATO	VALOR
Clipping Jornalístico	Supernova	26/2020	R\$ 31.599,96

BANCO DE IMAGENS – GETTY IMAGES (CONTRATO Nº 11/2019)

RENÚNCIA AO REAJUSTE CONTRATUAL

O contrato foi prorrogado e, através de negociação, a empresa abriu mão do reajuste contratual e o valor foi mantido.

OBJETO	CONTRATADA	CONTRATO	VALOR
Banco de Imagens	Getty Images	11/2019	R\$ 5.194,00

CAPÍTULO 05

RESULTADOS DE INDICADORES

Para medir a eficiência e o grau de satisfação com o desempenho de suas atividades, a GCOMS tem implementado indicadores de mensuração de resultados.

RESULTADOS EM 2020

- **ÍnPar** – índice criado pela agência de comunicação Partners com base na exposição da ANS na mídia e relevância dos veículos. Medição é feita mensalmente.

Cálculo do indicador: o ÍnPar é um cálculo de média ponderada, que é medido a partir do somatório das notas de cada uma das matérias. As muito negativas são avaliadas como -10 e as muito positivas recebem 100. Essas notas são multiplicadas pela relevância do veículo, sendo que os de abrangência nacional tem peso 3, por exemplo. Depois, esse somatório é dividido por 100, que corresponde à nota do cenário ideal. O cálculo do índice vai de 0,1 a 1, sendo 0,8 considerado extremamente favorável e abaixo de 0,4, é uma avaliação ruim. Para que essa escala seja de fácil visualização, estabelecemos um comparativo que vai de 1 a 10. Nesse comparativo, 0,8 equivale a 10 e 0,4 equivale a 5.

Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
8,2	8,1	9,6	7,14	7,47	7,43	5,83	7,42	6,76	6,75	7,56	7,02



O ÍnPar é enquadrado em níveis de avaliação que vão de Ruim a Ótimo, conforme a imagem acima.

- **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. Meta anual e apuração mensal.

Cálculo do indicador:
$$\frac{\text{Quantidade de notícias positivas ou neutras veiculadas}}{\text{Quantidade de notícias veiculadas}}$$

Meta 2020: **83%**

Resultado anual: **93,58%**

Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

96,89	91,09	98,97	91,88	95,96	97,18	84,72	90,30	91,75	89,26	92,39	90
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	----

- **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.

Cálculo do indicador:

$$\frac{N^{\circ} \text{ de curtidas} + N^{\circ} \text{ comentários} + N^{\circ} \text{ de compartilhamentos das postagens da página da ANS no LinkedIn}}{\text{Total de exibições das postagens da página em perfis de usuários na rede}} \times 100$$

Meta 2020: **3,5 %**

Resultado anual: **3,66%**

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Seguidores	58.503	58.503	72.794	74.192	78.544	79.942	77.654	77.992	80.839	81.902	82.186	82.897
Publicações	14	21	21	17	17	13	23	32	27	29	32	22
Comentários		18	71	26	30	2	24	51	8	16	29	7
Impressões		62.322	223.405	94.654	81.387	57.050	109.173	159.770	94.041	107.618	94.538	65.118
Engajamento (%)		3,53%	4,13%	3,04%	3,92%	4,01%	3,67%	4,09%	3,16%	3,53%	3,94%	3,15%

- **Satisfação com os canais internos** - baseado em pesquisa, o indicador mede o nível de informação dos servidores e colaboradores sobre a instituição por meio da avaliação dos canais internos. Medição feita anualmente.

Meta: **53%**

Resultado anual: **74%**

Por meio de pesquisa divulgada nos canais internos, a GCOMS obteve 35 respostas à pergunta: “Como você se sente informado na ANS?”

RESULTADO DO INDICADOR								
1 - Muito mal informado	2 - Pouco informado	3 - Razoavelmente informado	4 - Informado	5 - Muito bem informado	Total de reações positivas (4+5)	Total de reações	Resultado (%)	Meta (%)
2	2	5	11	15	26	35	74	>53

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.regulador](https://www.facebook.com/ans.regulador)  [@ANS_regulador](https://twitter.com/ANS_regulador)  [company/ans_regulador](https://www.linkedin.com/company/ans_regulador)  [@ans.reguladora](https://www.instagram.com/ans.reguladora)  [ansreguladoraoficial](https://www.youtube.com/ansreguladoraoficial)

