

# 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](http://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

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1 – Apresentação</b>                                        | <b>04</b> |
| <b>2 – Equipe de Comunicação Social</b>                        | <b>05</b> |
| <b>3 – Ações realizadas</b>                                    | <b>06</b> |
| 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        |
| <b>4 – Gestão e fiscalização de Contratos</b>                  | <b>27</b> |
| <b>5 – Resultados de indicadores</b>                           | <b>30</b> |

## 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 todo 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.

**ANS: 20 anos de atuação em defesa do interesse público**

**EM 20 ANOS...**

- ✓ Definimos regras para a ampliação e o funcionamento do setor
- ✓ Elaboramos normas e promovemos o controle e a fiscalização do mercado
- ✓ Consolidamos garantias e direitos para os usuários de planos de saúde
- ✓ Estabelecemos relacionamento com os consumidores e intermediários certificados entre usuários e operadoras
- ✓ Incentivamos a adoção de boas práticas assistenciais e de gestão pelas operadoras

**E NOS PRÓXIMOS 20, CONTINUAREMOS...**

- ✓ Incentivando a produção de serviços mais qualificados pelas operadoras e prestadoras
- ✓ Ampliando o acesso da população aos planos de saúde
- ✓ Apresentando mais a sociedade e os seus reguladores
- ✓ Elaborando a adoção de modelos eficientes de remuneração de prestadores
- ✓ Visibilizando melhorias na cobertura assistencial
- ✓ Incentivando a adoção de condutas prudentes na gestão das operadoras
- ✓ Garantindo o equilíbrio e a sustentabilidade do setor

## 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)



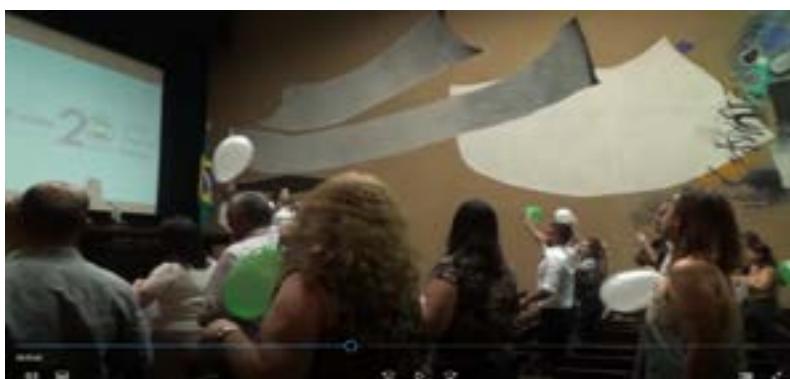
Linha do tempo



Caça-palavras

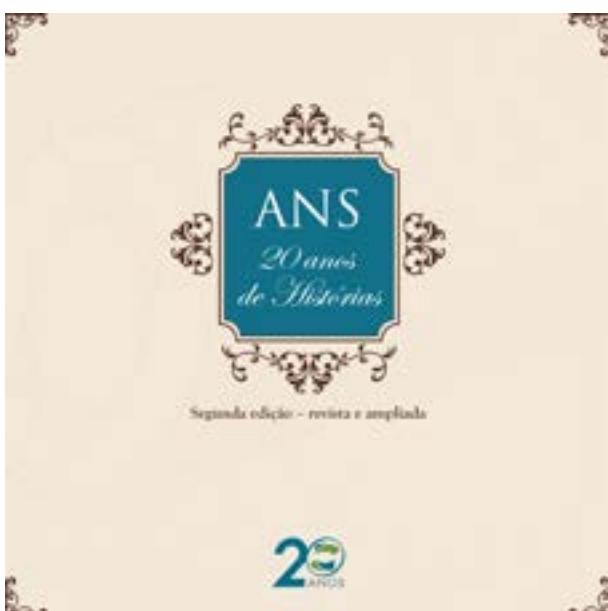


Painel para fotos



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

2020/03/20 às 10:00

A partir desta quinta-feira (20/03/2020), devido à emergência de saúde pública decorrente da coronavírus (COVID-19), fico a critério do gerente de cada unidade administrativa a adoção de trabalho remoto, total ou parcial, das atividades desenvolvidas pelos servidores.

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

[Confira a integra da portaria nº 528](#)

## Equipe de saúde ocupacional realiza atendimento em trabalho remoto

25/03/2020 em Jogo | Geral, Notícias

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

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

Psicólogo – [andrea.guilherme@ans.gov.br](mailto:andrea.guilherme@ans.gov.br)

Assistente Social – [ana.juanes@ans.gov.br](mailto:ana.juanes@ans.gov.br)

Nutricionista – [claudia.coelho@ans.gov.br](mailto:claudia.coelho@ans.gov.br)

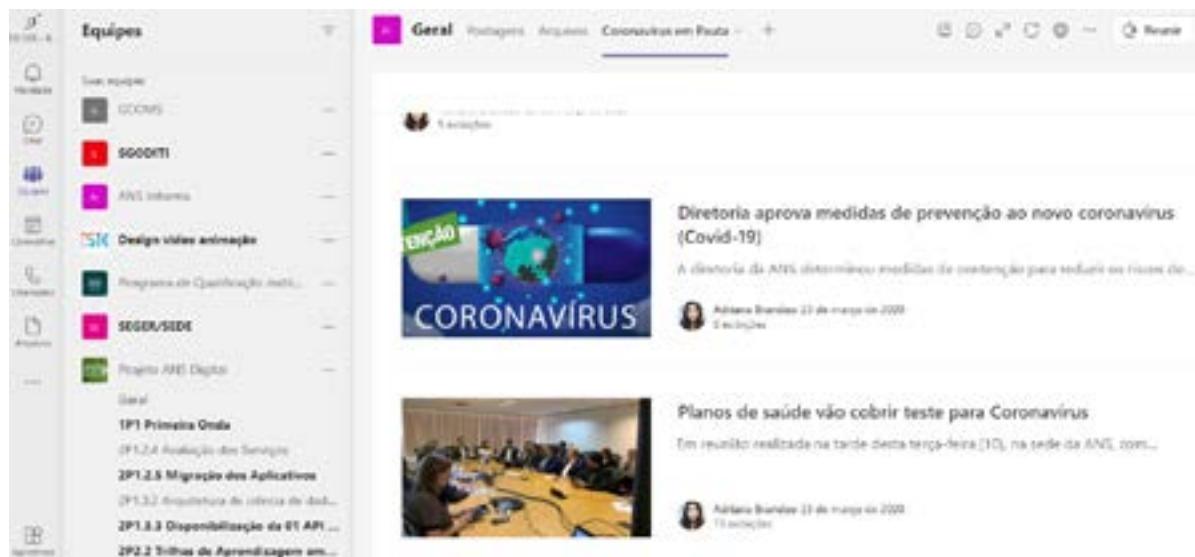
Fisioterapeuta – [cintia.conceicao@ans.gov.br](mailto:cintia.conceicao@ans.gov.br) / [laciara.lima@ans.gov.br](mailto:laciara.lima@ans.gov.br)

## 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

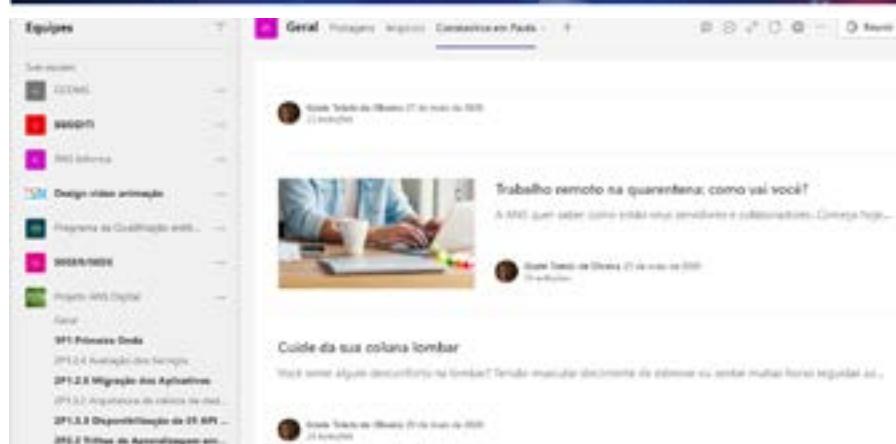
## ANS Informa



The screenshot shows the Microsoft Teams interface with the 'Coronavírus em Pauta' channel selected. The sidebar lists various teams and channels. The main area shows 14 messages. The first message is from Adriana Brandão on March 23, 2020, about the approval of prevention measures for the new coronavirus. The second message is from Adriana Brandão on March 23, 2020, about plans for COVID-19 testing coverage.

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

Data: 30/03



The screenshot shows the 'Coronavírus em Pauta' blog homepage. The sidebar lists various teams and channels. The main content area features several articles and posts. One article by Adriana Brandão on March 27, 2020, discusses remote work during quarantine. Another article by Adriana Brandão on March 27, 2020, discusses taking care of your back during the pandemic. There are also other posts related to the pandemic.

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

Data: 6/04

The screenshot shows the ANS (Agência Nacional de Saúde Suplementar) website. At the top, there's a header with the ANS logo and navigation links like 'Início', 'Acessar seu site da ANS', and 'Entrar'. Below the header is a main menu with items such as 'Principal', 'AANS', 'Planos e Operadoras', 'Legislação', 'Participação da Sociedade', 'Prestadores', 'Dados do Setor', 'Gestão em Saúde', 'Casos de Atendimento', and 'Acesso à Informação'. A breadcrumb trail at the top left indicates the page path: 'Principal > AANS > Notícias AANS > Coronavírus (Covid-19)'. The main content area has a green header 'Coronavírus (Covid-19)'. To the left is a sidebar with sections like 'Quem Somos', 'Novas Entidades', 'Transparéncia Institucional', 'Notícias AANS' (with sub-links for 'Sobre a ANS', 'Consumidor', 'Licitação', 'Biblioteca', 'Operadoras e Serviços de Saúde', 'Integração com o SUS', and 'Qualidade da Saúde'), and 'Comunicação Social'. The main text discusses the ANS's role in addressing the pandemic and preserving plan coverage. To the right is a photograph of a hand holding a blue medical mask.

## CAMPANHAS NAS REDES SOCIAIS

The image displays six different social media posts from the ANS (@ans\_gov.br) on various platforms. The posts include:

- A Facebook post titled 'ATENÇÃO' with the text 'ANS inclui exame para detecção do Coronavírus no Rito de Procedimentos' and a link to 'COMPARTILHAR'.
- A Instagram post with the text 'Cuidando da sua saúde é cuidar de você. O uso da máscara é individual, a proteção é para todos!' and a photo of a person wearing a mask.
- A Instagram post with the text '#TchauCovid' and a list of instructions: 'Cuidados com a saúde em tempos de coronavírus:
  - Evite aglomerações;
  - Tente quebrar o ciclo;
  - Pratique a higiene das mãos;
  - Use as máscaras. Evite ser um portador de vírus;
  - Encare os vírus com um sorriso que encanta os outros.'
- A Instagram post with the text 'Não descuide da sua saúde' and 'Atendimento com prazos mantidos' with a list of services: '• Urgência e emergência'; '• Pré-natal, parto e puerpério'; '• Doentes crônicos'; '• Tratamentos continuados'; '• Tratamentos que colocam a saúde em risco se adiados (pacientes desaceleração de envelhecimento)'.
- A Instagram post with the text 'Dúvidas sobre o coronavírus A ANS ajuda você!' and an illustration of lungs.
- A Instagram post with the text '#ANSorienta' and 'Atendimento durante a pandemia de Coronavírus' with the text 'INSCRIÇÕES EM PLANOS DE SAÚDE'.

## BOLETIM COVID-19 – SAÚDE SUPLEMENTAR

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 Intraligado.

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



The banner features the ANS logo and the slogan "Cada vez mais digital". It highlights the project's goal to simplify processes and improve user experience. A call-to-action button at the bottom says "Simplificar para gerar valor público". To the right, there is a section titled "ANS Digital" with icons for electronic documents, electronic signatures, and document automation.

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:

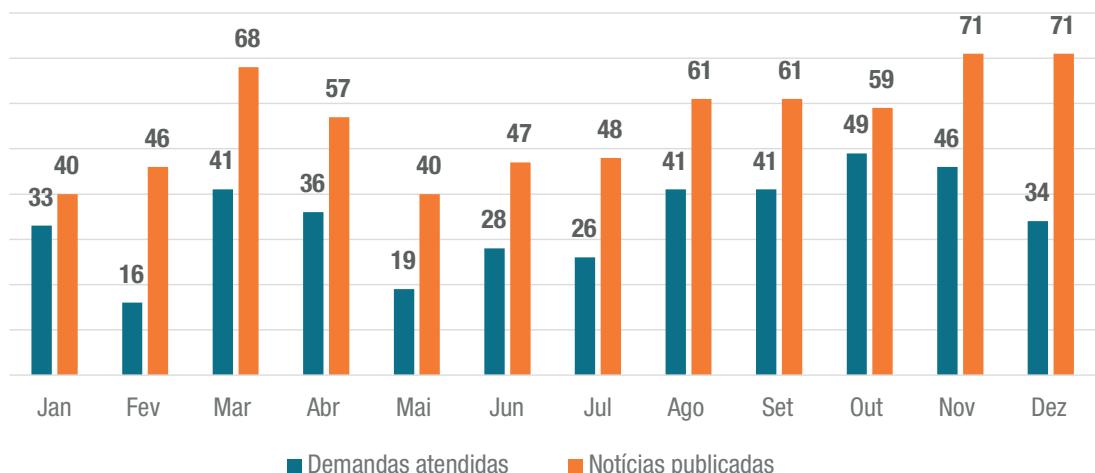
- Web Rádio ANS
- Intranet colaborativa – IntrANS
- Boletim eletrônico Intraligado
- Boletim eletrônico InfoGestores
- ANS Alerta: lista de transmissão via WhatsApp para envio de notícias urgentes
- ANS Informa: lista de transmissão criada na ferramenta Teams, que pode ser acessada via internet, sem 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.*





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



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.

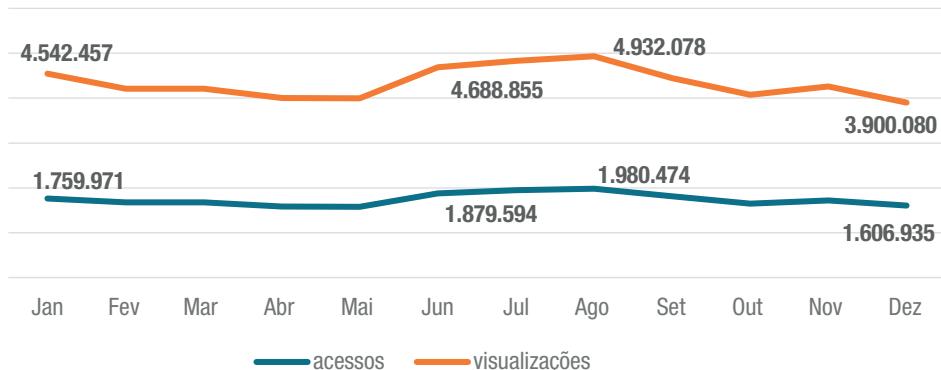
Entre os produtos elaborados pela equipe estão:

- 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



**Convênios não podem ter aumento anual nem por faixa etária**

ANS suspendeu reajuste de planos de saúde por 120 dias para contratos individuais, familiares e coletivos, sejam por adesão ou empresariais.





O ESTADO DE S. PAULO

Teste sorológico de covid será coberto por plano

Wissenschaftliche Angaben des Nationalen Instituts für Biologische Prüfung (NIBP) dokumentieren die Ergebnisse der ersten 1000 Proben, die von der polnischen Regierung untersucht wurden. Nachdem die ersten 100 Proben negativ waren, wurde die Anzahl der Proben erhöht auf 1000. Die Ergebnisse der 1000 Proben sind in Tabelle 1 dargestellt. Es kann festgestellt werden, dass die Ergebnisse der 1000 Proben negativ waren.

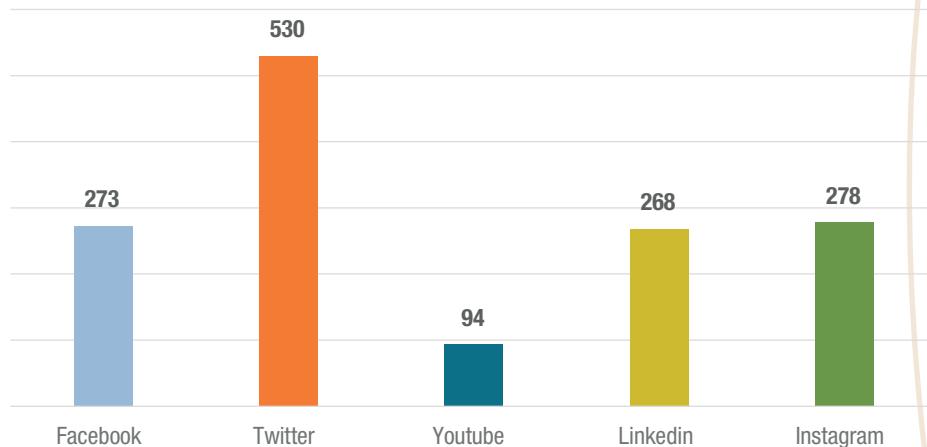
## GESTÃO DE REDES SOCIAIS

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.

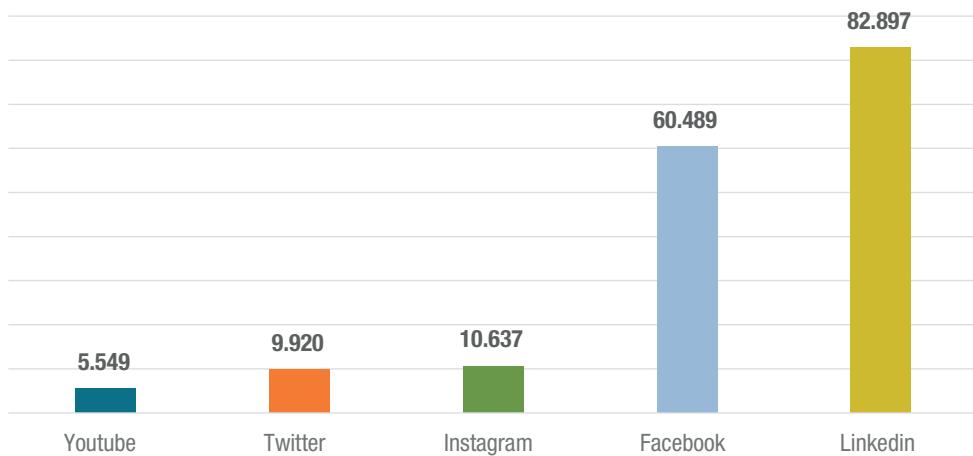
## DADOS GERAIS – GESTÃO DE REDES SOCIAIS

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.

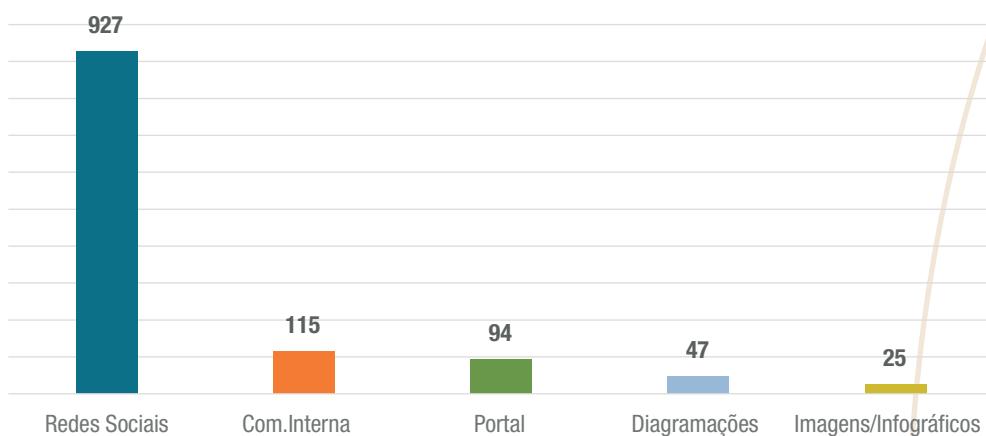
As principais atividades dessa equipe são:

- 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.

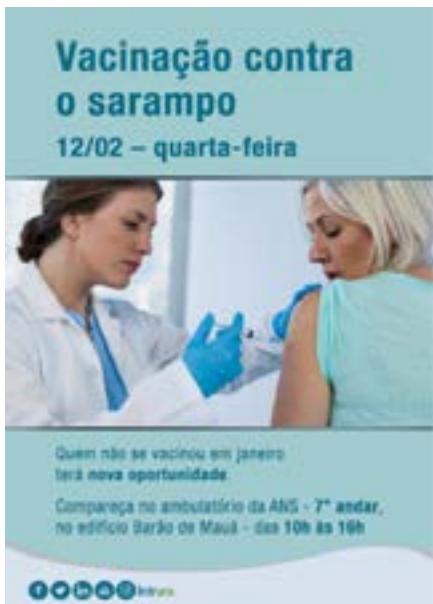
### Dados gerais – Identidade Visual

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



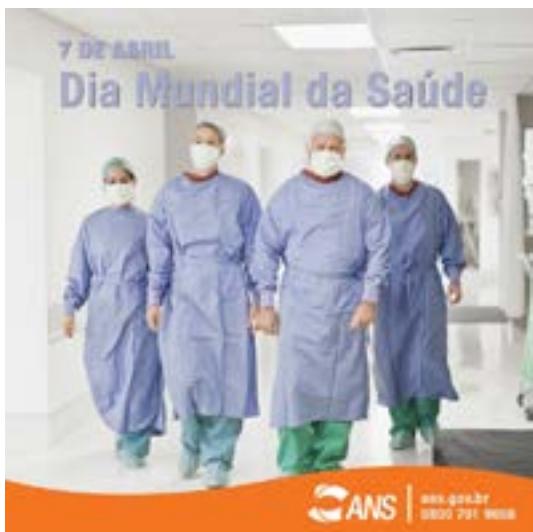
## Destaques – Identidade Visual



Cartaz Vacinação Sarampo



Capa de Relatório de Qualificação Institucional o



Post para Facebook – Dia Mundial da Saúde



Papelaria – 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: #PRONTAPRTEAJUDAR

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 #ANS COM VOCÊ

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



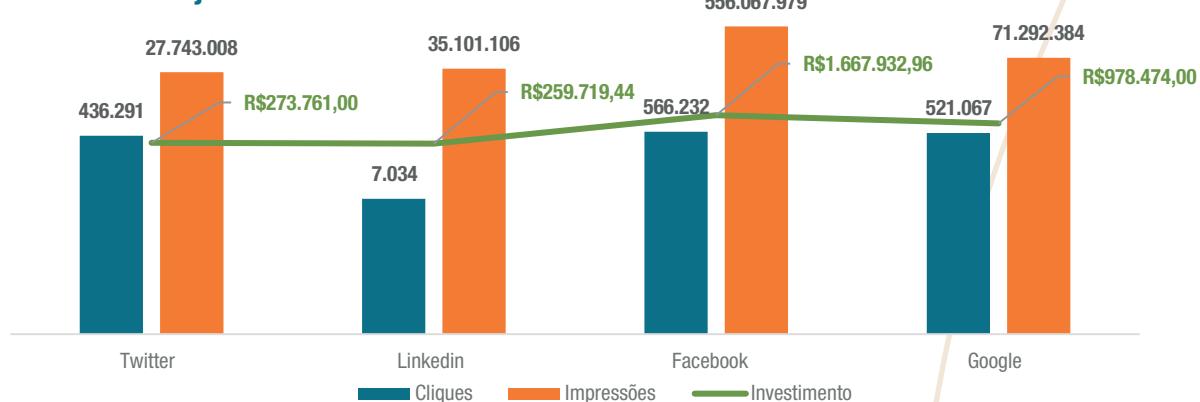
Vídeo para internet

## RESULTADOS DAS CAMPANHAS

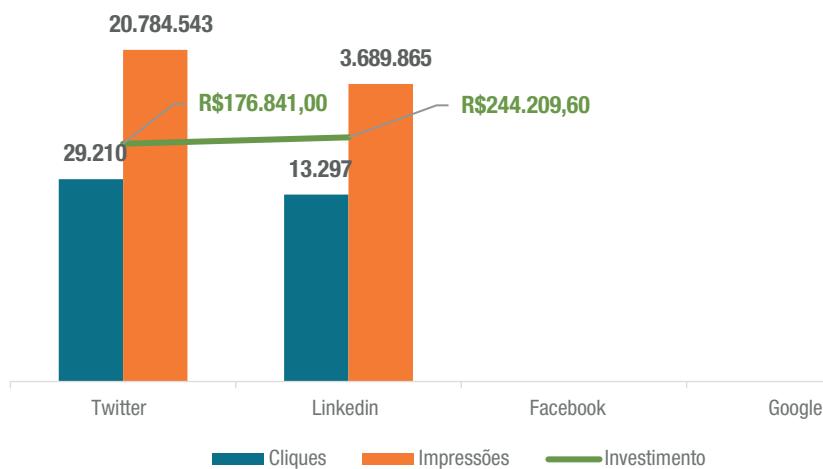
Os gráficos a seguir apresentam as métricas e metas definidas para a mensuração dos resultados da campanha. Os dois primeiros informam, comparativamente, os investimentos realizados e os resultados em quantidade de cliques e impressões (“exibições” totais) obtidos em cada campanha.

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.

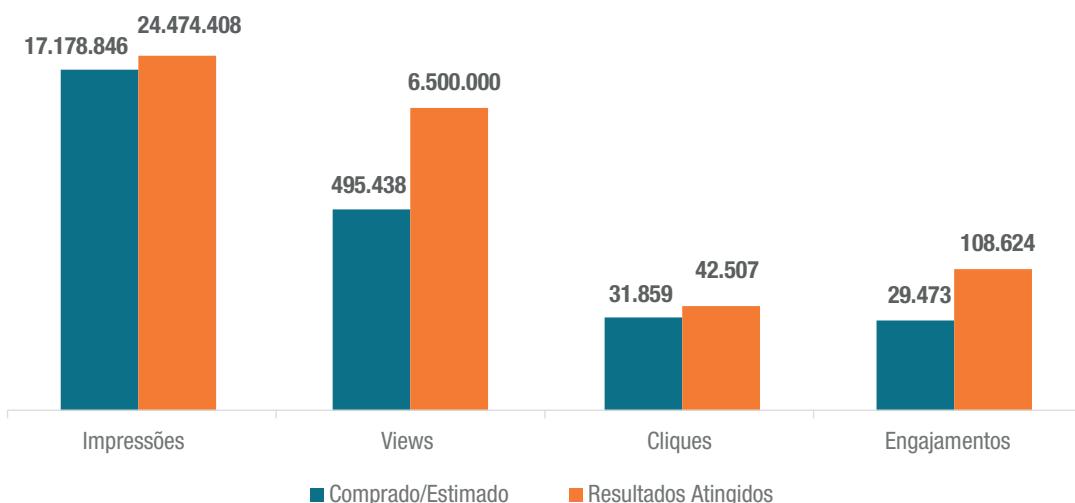
### #ProntaPraTeAjudar



### #ANSComVocê



## #ANSComVocê - Resultado Geral



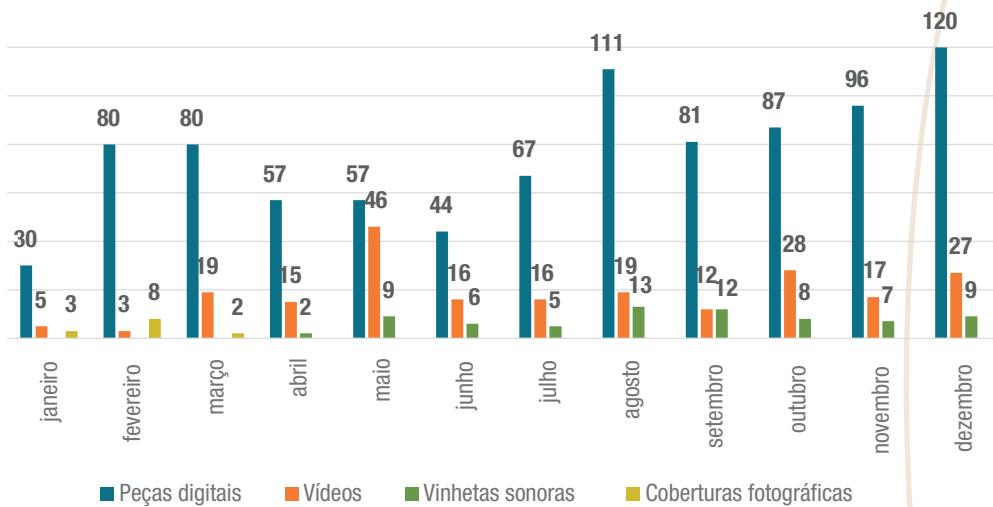
## PRODUÇÃO MULTIMÍDIA

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 suprindo 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\$ 3.200.00,00                                         |

## 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:

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

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  |                     |                             |               |                         |                                  |                  |    | Resultado (%) | Meta (%) |
|-------------------------|---------------------|-----------------------------|---------------|-------------------------|----------------------------------|------------------|----|---------------|----------|
| 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 |    |               |          |
| 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](http://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



company/ans\_reguladora



@ans.reguladora



ansreguladoraoficial

