

1º ENCONTRO DE COMUNICAÇÃO DA SAÚDE SUPLEMENTAR

Pesquisa – ANS: CONHECIMENTO E IMAGEM

São Paulo, 4 de maio de 2017.

METODOLOGIA

- Método: Pesquisa quantitativa.
- Coleta de dados: entrevistas online, inicialmente disfarçadas (a partir de certo ponto, as questões passaram a ser relacionadas à ANS).
- Período de coleta: 18 de agosto a 02 de setembro / 2016.
- Público alvo: população brasileira residente em todos os estados do Brasil, homens e mulheres entre 25 e 70 anos, com renda familiar superior a 2 salários mínimos.
- Amostra total coletada: 2.157 entrevistas em todos os estados do Brasil – Margem de erro < 2,5PP – Confiança 95%.
- Os dados foram ponderados de modo a garantir a representatividade da população residente nas capitais e municípios do interior dos estados.

OBJETIVOS

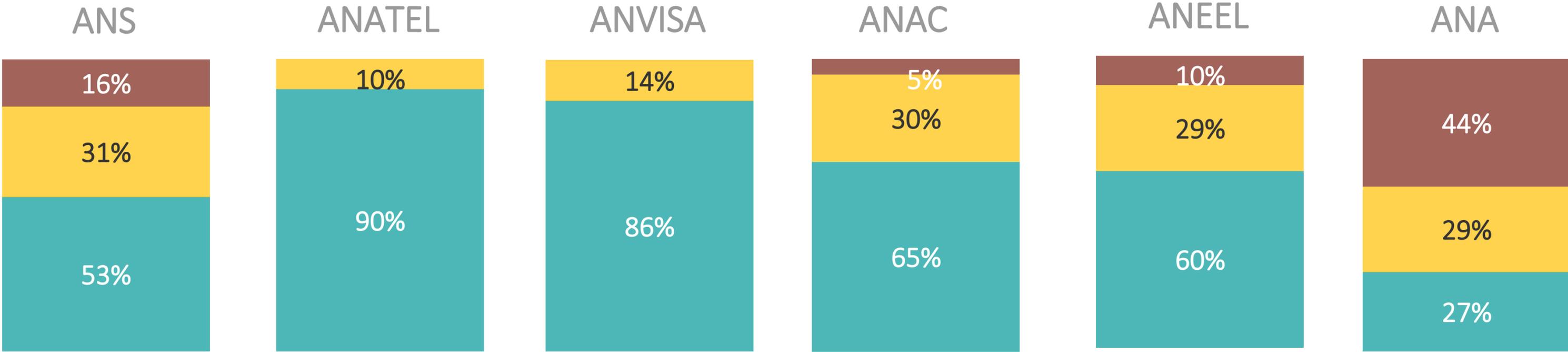
Avaliar o nível de conhecimento, posicionamento e imagem da ANS, incluindo:

- Grau de conhecimento da ANS e suas atribuições;
- Como a ANS é percebida pela população;
- Posicionamento da ANS frente a outras agências reguladoras;
- Principais dúvidas do consumidor sobre os planos de saúde;
- Grau de conhecimento dos consumidores sobre seus direitos e deveres no que diz respeito à contratação de planos de saúde;
- Como a decisão de compra está sendo realizada;
- Avaliação dos serviços ofertados pelos planos de saúde no Brasil.

AGÊNCIAS REGULADORAS | CONHECIMENTO DECLARADO

Você conhece ou já ouviu falar da: ANATEL / ANVISA / ANAC / ANS / ANEEL / ANA?

ANATEL e ANVISA são as agências (siglas) mais conhecidas. A ANS só é mais conhecida que a ANA.

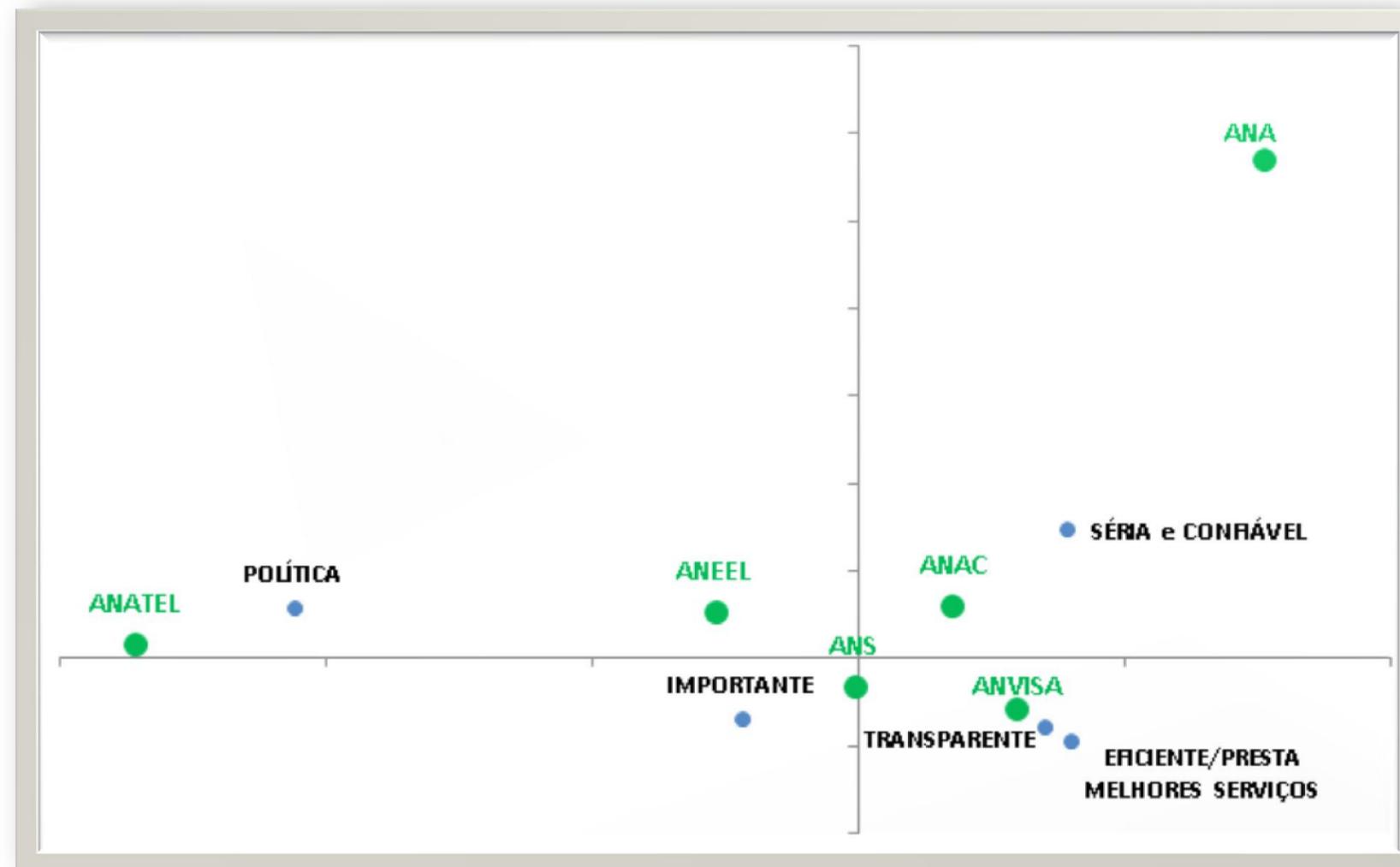


- Nunca ouviu falar
- Conhece pouco ou só de ouvir falar
- Conhece (bem/razoavelmente bem)

AGÊNCIAS REGULADORAS | POSICIONAMENTO

Com base no que você conhece ou já ouviu falar das agências, órgãos ou instituições a seguir, qual delas você considera: * Apenas para quem conhece a ANS, mesmo que só de ouvir falar.

Dentre a base de respondentes que conhece a ANS, ainda que só de ouvir falar, a ANVISA é a agência com melhor imagem e a ANATEL, a pior. A ANS apresenta imagem/posicionamento difuso, não se destacando em nenhum atributo específico.



SIGLA ANS | CONHECIMENTO DO SIGNIFICADO

Você sabe o que quer dizer a sigla ANS? * Apenas para quem conhece a ANS, mesmo que só de ouvir falar

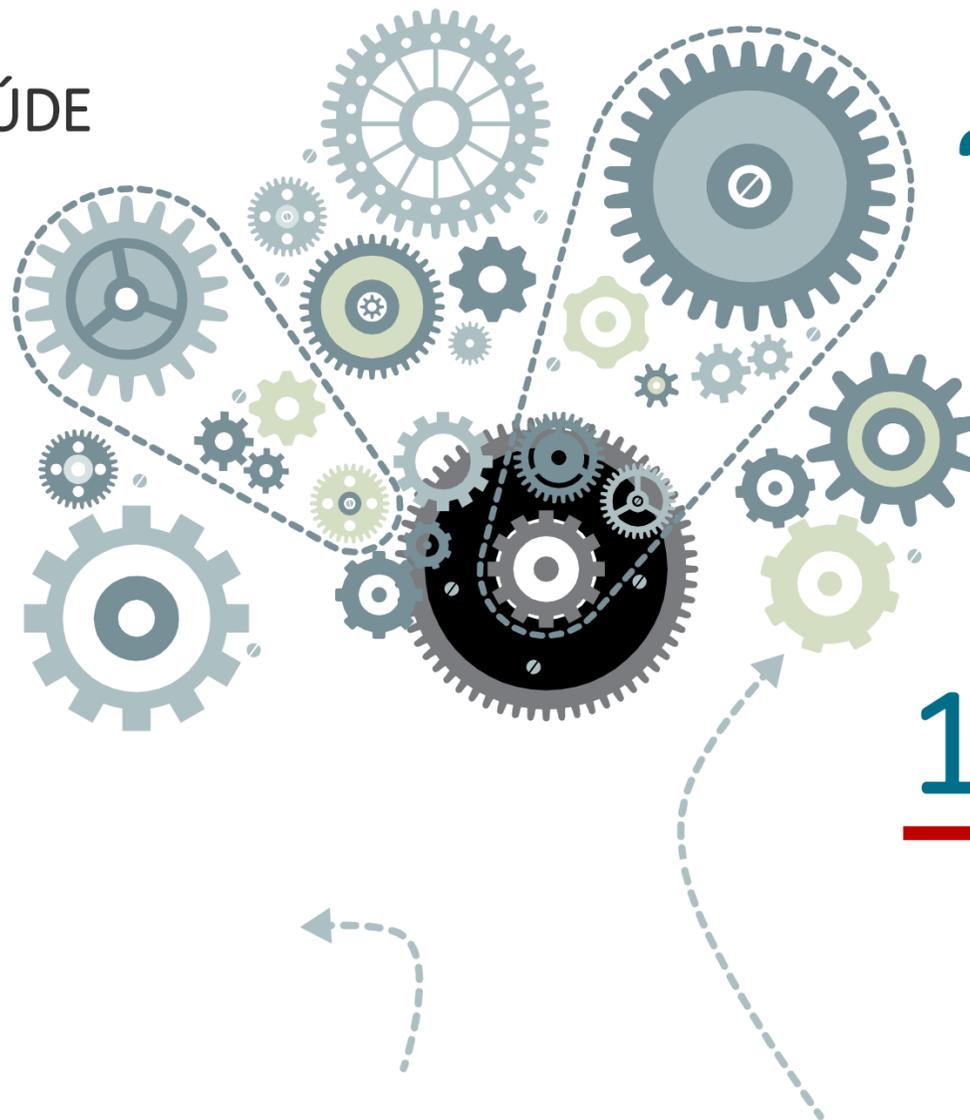
Dentre os que afirmam conhecer a ANS, ainda que só de ouvir falar, ~60% entendem a sigla como “Agência Nacional de Saúde” e apenas 18% conhecem a definição correta – provavelmente em razão da supressão da letra ‘s’ na sigla, referente a ‘suplementar’. Ser conhecida como uma ‘agência de saúde’ faz com que os consumidores tendam a associar à ANS atribuições fora do desígnio e responsabilidade da Agência.

~60% AGÊNCIA NACIONAL DE SAÚDE

~18% AGÊNCIA NACIONAL DE SAÚDE SUPLEMENTAR

~4% OUTROS

18% NÃO RESPONDERAM / NÃO SABEM O SIGNIFICADO DA SIGLA



SIGLA ANS | CONHECIMENTO DO SIGNIFICADO (ESPONTÂNEA)

Você sabe o que quer dizer a sigla ANS? * Apenas para quem conhece a ANS, mesmo que só de ouvir falar

1. AGÊNCIA NACIONAL DE SAÚDE (60%)
2. AGÊNCIA NACIONAL DE SAÚDE SUPLEMENTAR (18%)
3. **AGÊNCIA NACIONAL DE SEGURANÇA (1%)**
4. AGÊNCIA NACIONAL DE SAÚDE COMPLEMENTAR (1%)

< 1%

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DA SAÚDE
AGÊNCIA NACIONAL SANITÁRIA
AGÊNCIA NACIONAL DAS ÁGUAS
AGÊNCIA NACIONAL DE SERVIÇOS
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE SISTEMAS
AGÊNCIA NACIONAL DE SEGUROS
AGÊNCIA NACIONAL DE SANEAMENTO
ACADEMIA NACIONAL

ANS | PRINCIPAL FUNÇÃO (ESPONTÂNEA)

Pelo seu conhecimento ou baseado no que você já ouvir falar, qual é a PRINCIPAL FUNÇÃO ou ATRIBUIÇÃO da ANS?



Plano de saúde

48% Regular
(controlar, fiscalizar, verificar)



Saúde

(sem menção a planos)

29% Regular a saúde GERAL (pública e privada)
(controlar, fiscalizar, verificar)

2% Regular a saúde pública

1% Regular a saúde privada



Medicamentos

3% Regular
(controlar, fiscalizar, verificar)

20% Não sabem / não responderam

48% dos respondentes compreendem a real atribuição da ANS – regular planos de saúde. 29% acreditam que a agência é responsável pela ‘saúde’ de uma forma geral, enquanto 3% a associam à regulação de medicamentos.

IMAGEM ANS | RESUMO

De acordo com o que você sabe ou já ouviu falar da ANS, o quanto você concorda ou discorda com a frase:



Na avaliação de atributos de imagem após estímulo do conceito da ANS, fica claro o reconhecimento da importância da Agência e da sua representatividade na defesa dos interesses da população.

Entretanto, atributos como “seriedade”, “transparência” e “eficiência” são pouco associados à Agência:

IMAGEM DIFUSA DA MARCA



RUÍDOS SOBRE ATRIBUIÇÕES
(ônus sobre ações que não são de responsabilidade da ANS)

PRINCIPAIS RESULTADOS – AGÊNCIAS E POSICIONAMENTO

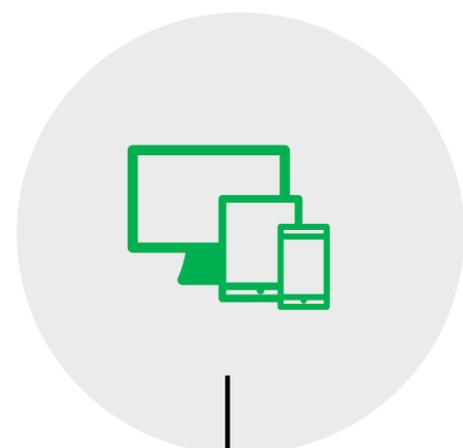
- Entre as 6 agências avaliadas, a **ANS é a 5ª mais conhecida**. Pouco mais de 50% afirmam conhecê-la bem ou razoavelmente bem e pouco mais de 15% afirmam não saber o que é. ANATEL e ANVISA mostram-se as mais conhecidas e a ANA a menos conhecida.
- No posicionamento entre as agências, a **ANVISA** apresenta-se como a mais importante, mais séria e confiável, mais transparente e eficiente. **É a mais bem posicionada entre as Agências avaliadas.**
- De forma oposta e apesar de estar no mesmo patamar de conhecimento da ANVISA, a **ANATEL** é percebida como a menos séria e confiável, a menos transparente, menos eficiente e a mais política. **É a pior posicionada entre as Agências avaliadas, apresentando imagem deteriorada.**
- A **ANS** apresenta posicionamento difuso, oriundo do **menor conhecimento**, da **superficialidade** e até mesmo da visão **distorcida** das reais atribuições da agência. Não é a melhor nem a pior em nenhum atributo, fato que permite à mesma construir uma imagem positiva e se posicionar adequadamente através de uma comunicação focada.

PRINCIPAIS RESULTADOS – A ANS

- O estudo mostra que o **conhecimento** acerca da ANS, sua área de atuação, sua vinculação, seu escopo de atuação, é **bem difuso**. Vejamos:
- O nível de conhecimento da ANS está correlacionado com a classe social (mais alta = maior conhecimento) apresentando maior incidência entre os portadores de planos de saúde (58% x 45%), sendo menor nas regiões Sul e Centro-Oeste, com poucas variações entre as faixas etárias e gêneros.
- Agência Nacional de Saúde é a definição mais incidente para a ANS (60% de quem disse que a conhece). **Menos de 20% a definem corretamente** - Agência Nacional de Saúde Suplementar. 18% de quem afirma a conhecer, mesmo que superficialmente, não sabe o que ANS significa.
- Pouco mais da metade afirma conhecer a Agência Nacional de Saúde Suplementar sendo que **pouco mais de 20% acredita saber efetivamente o que é e o que ela faz**.
- De forma espontânea, quase metade cita corretamente a **regulação dos planos de saúde** como a principal função ou atuação da ANS. Quando são estimulados, a fragilidade do conhecimento vem a tona, sendo atribuído à agência funções inadequadas.

Hábitos de mídia | meios de comunicação que utiliza para se informar

Quais desses meios de comunicação você utiliza para se informar? Marque todos que você utiliza, em ordem de importância/frequência de uso.



Internet
100%



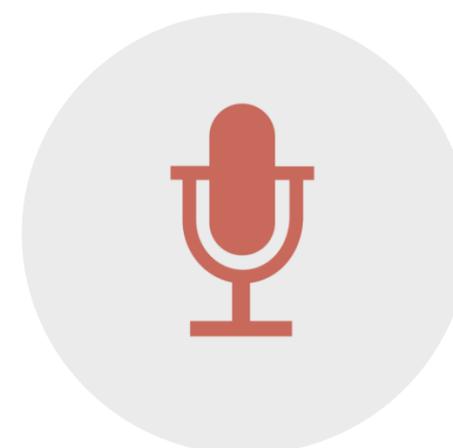
TV aberta
78%



TV paga
63%



Jornais
59%



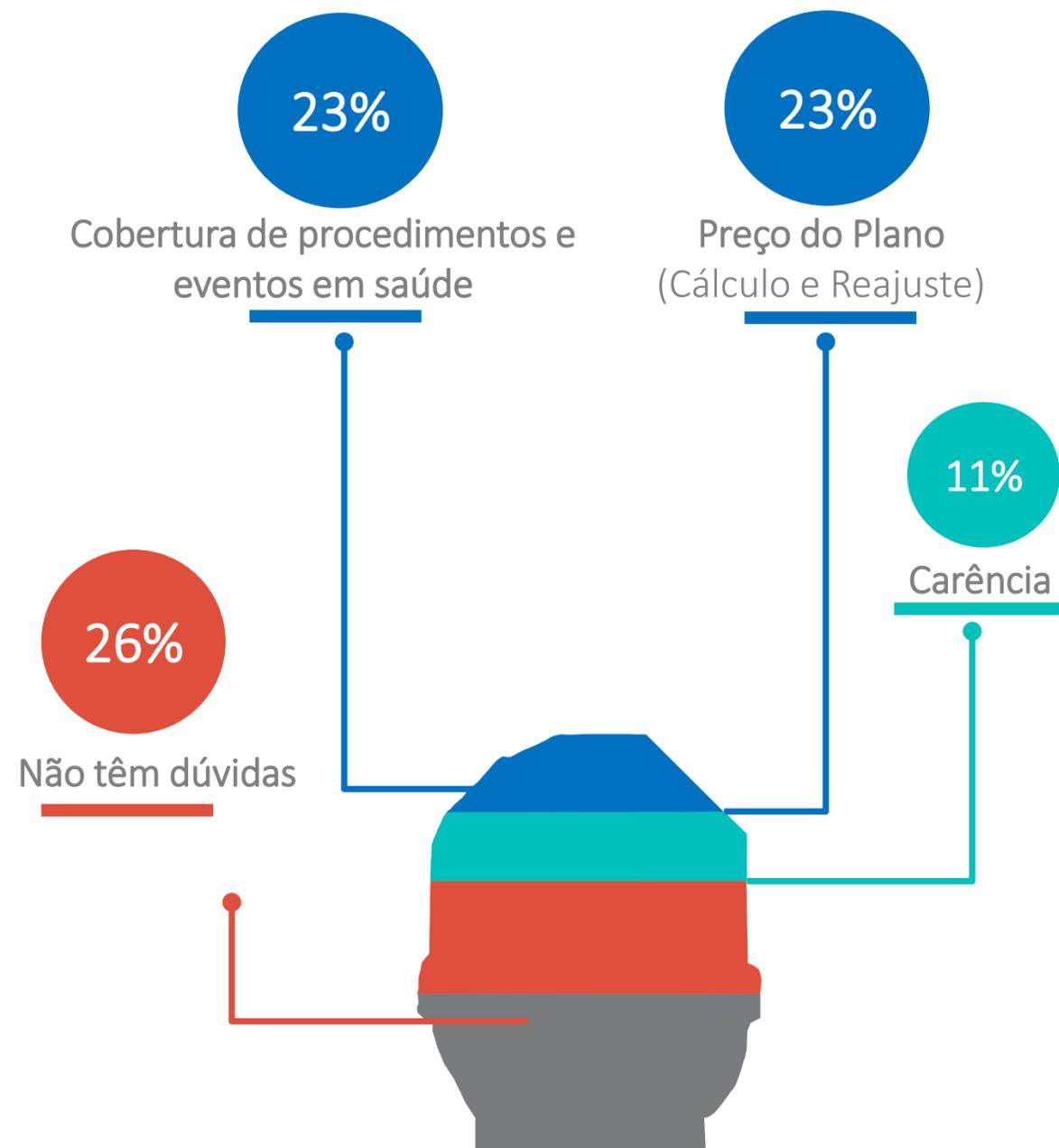
Rádio
50%



Revista
44%

*Respostas Múltiplas – não fecha 100%

PLANO DE SAÚDE | PRINCIPAIS DÚVIDAS



A tríade
Cobertura + Preço do plano + Carência
é citada como a principal fonte de dúvidas dos respondentes sobre planos de saúde, independente de possuírem ou não convênio particular.

PLANO DE SAÚDE | CANAIS MAIS ACESSADOS PARA ESCLARECER DÚVIDAS

Quando você tem dúvidas sobre o seu plano de saúde, você recorre a quem ou a quê? Marque as 2 opções mais utilizadas?

50% Site da operadora

40% Call center da operadora

27% A própria empresa (plano empresarial)

25% Manual /contrato do plano



18% Site de buscas

11% Consultor/vendedor | **11%** Parentes/amigos/colegas

10% ANS

6% Redes Sociais



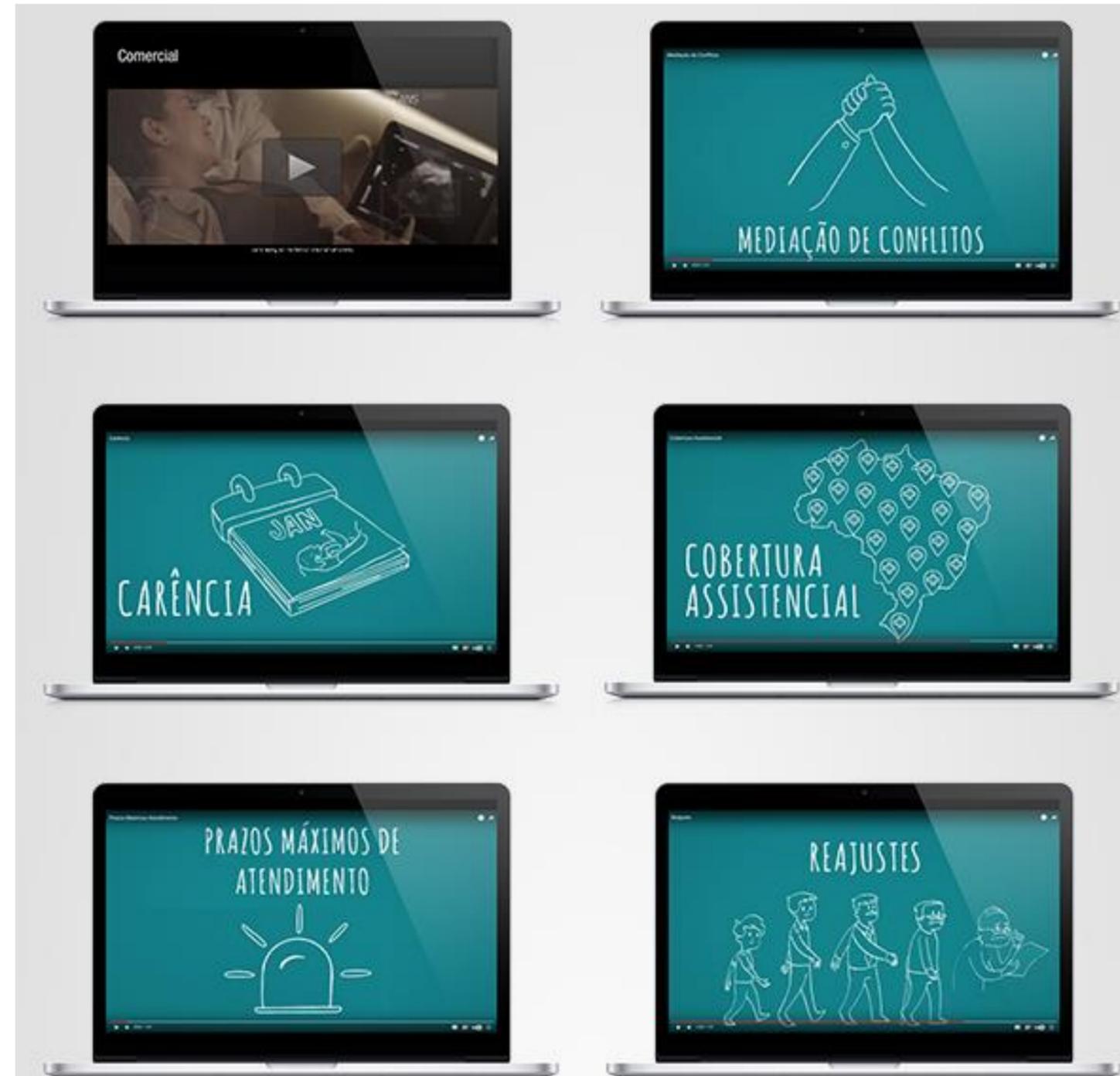
CAMPANHA PUBLICITÁRIA

A partir dos resultados e insights gerados pela Pesquisa de Conhecimento e Imagem, ficou clara a necessidade de realizar uma campanha publicitária **esclarecendo aos consumidores as atribuições da ANS, seu papel enquanto agência reguladora, e como os consumidores podem se informar melhor sobre planos de saúde, seus direitos e deveres.**

Foram, então, produzidos **um comercial para televisão** que explica em linguagem acessível o papel da ANS; e **cinco filmetes para internet e redes sociais** abordando os temas que mais despertam dúvidas e interesse dos consumidores.

Também foi preparado um conteúdo específico para o **portal da ANS** abordando os principais assuntos relacionados à saúde suplementar para esclarecer e orientar os beneficiários de planos de saúde e consumidores em geral.

<http://www.ans.gov.br/consulteans>

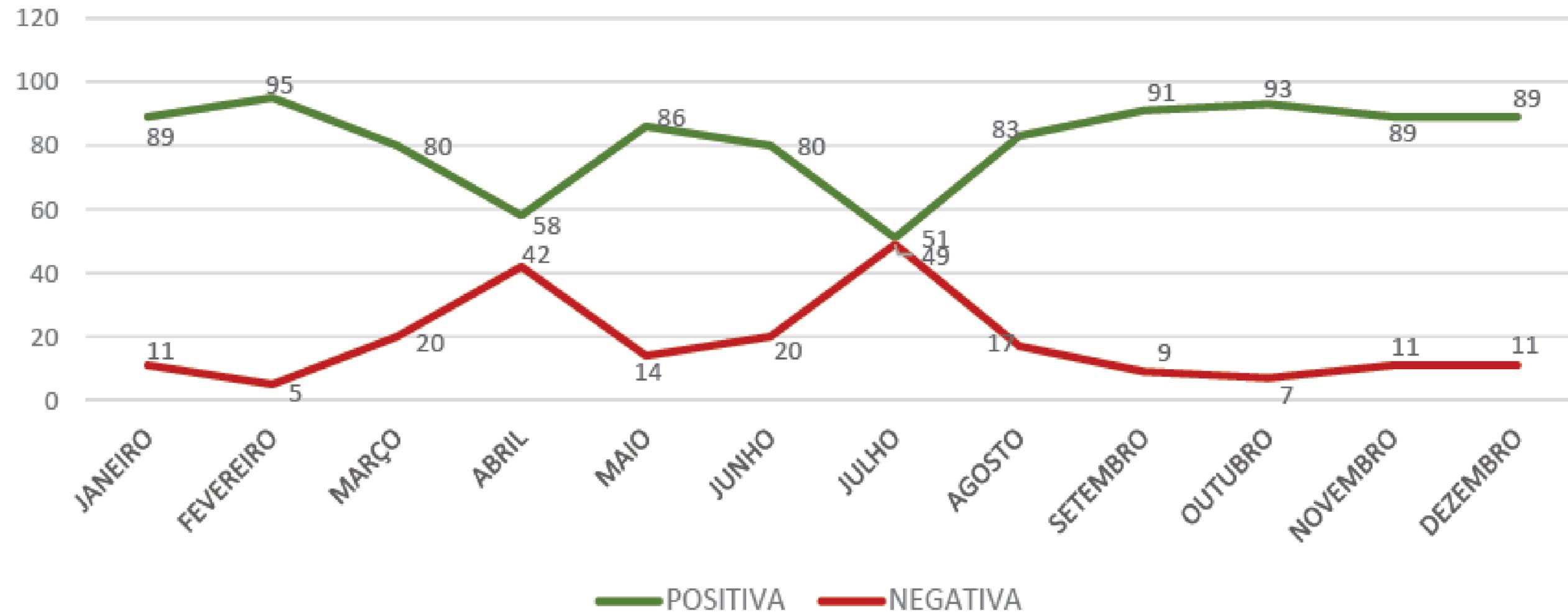


ANS NA IMPRENSA

Número de matérias veiculadas na mídia			
	2014	2015	2016
Janeiro	581	433	1.010
Fevereiro	501	378	831
Março	359	508	591
Abril	534	368	267
Maio	487	740	1.117
Junho	402	699	1.739
Julho	547	950	1.636
Agosto	579	729	893
Setembro	488	1.052	972
Outubro	432	877	368
Novembro	528	745	818
Dezembro	383	775	675
TOTAL	5.821	8.254	10.917

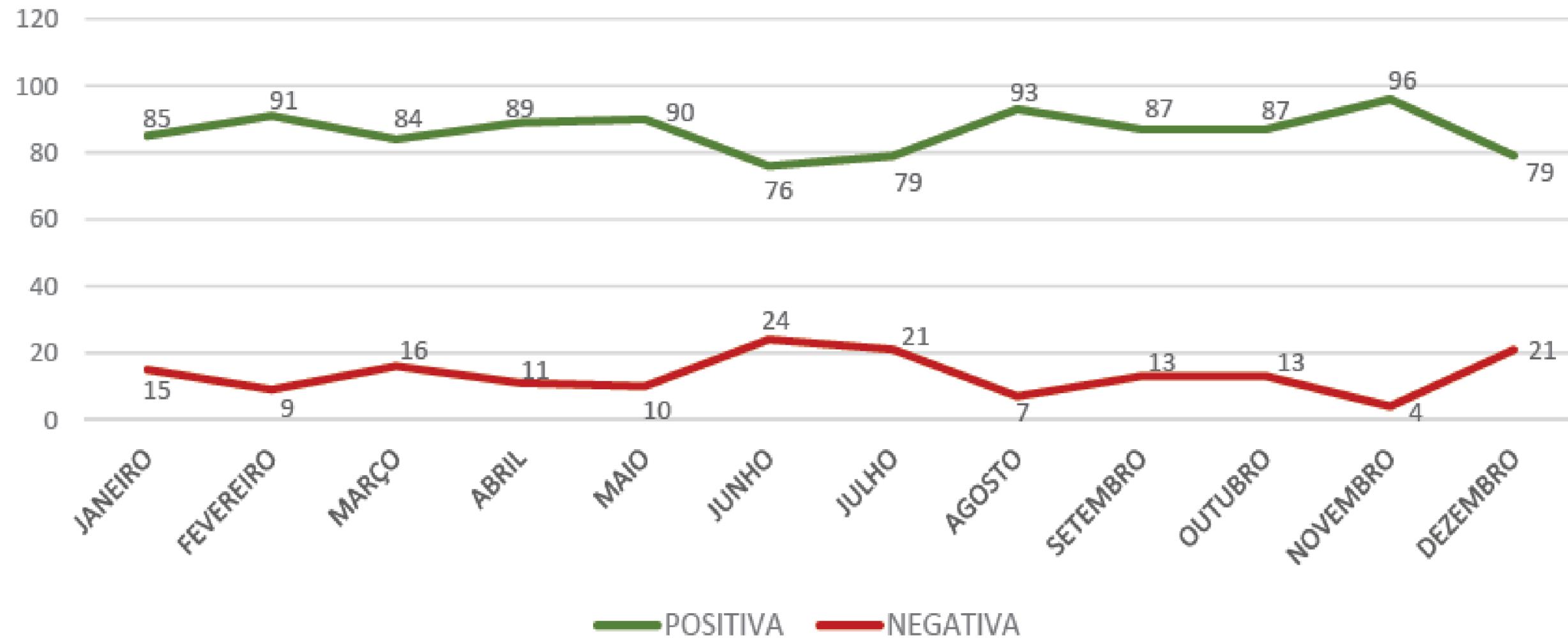
ANS NA IMPRENSA

EXPOSIÇÃO DA ANS NA MÍDIA - 2014 (%)



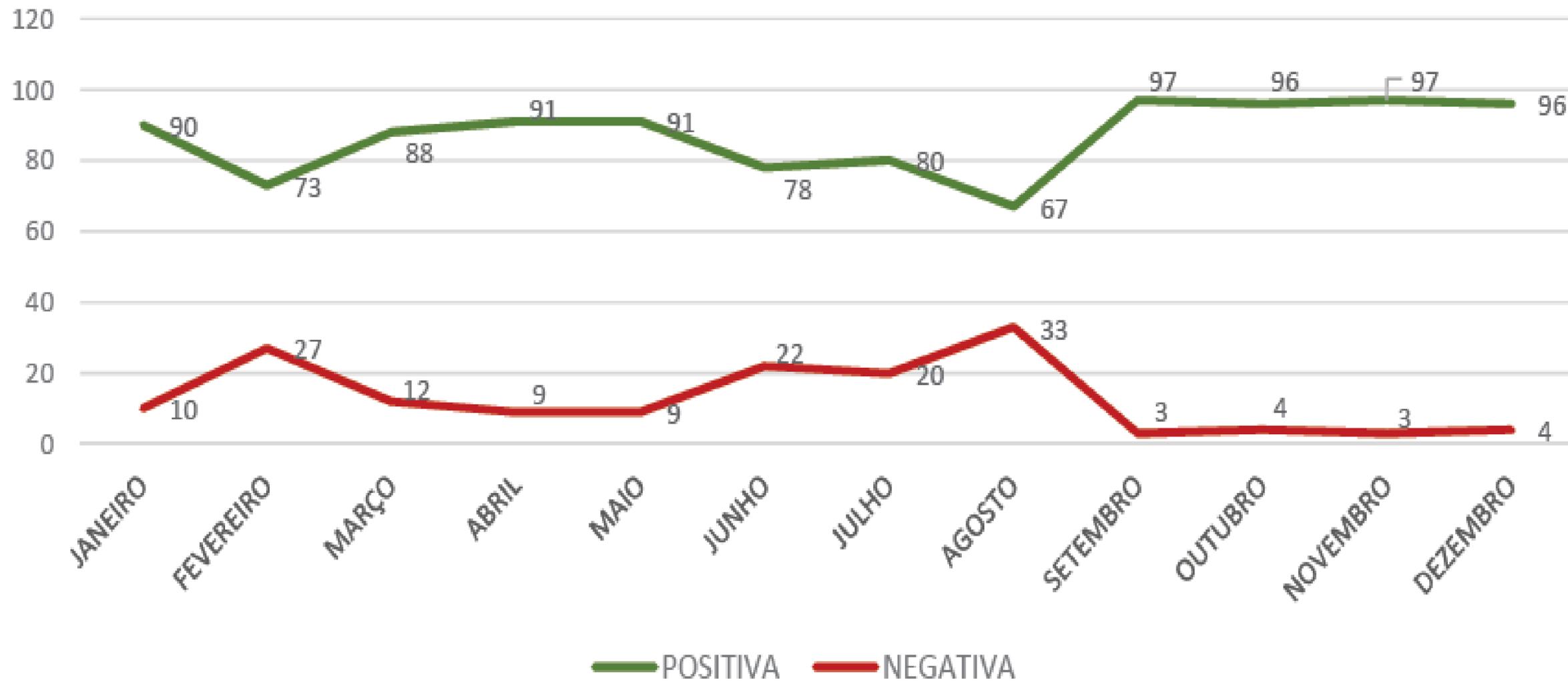
ANS NA IMPRENSA

EXPOSIÇÃO DA ANS NA MÍDIA - 2015 (%)



ANS NA IMPRENSA

EXPOSIÇÃO DA ANS NA MÍDIA - 2016 (%)



Obrigada!

www.ans.gov.br | Disque ANS: 0800 701 9656



ans.reguladora



@ANS_reguladora



ansreguladora
oficial



ans_reguladora



Ministério da
Saúde

