



POLÍTICA INSTITUCIONAL

Código: POL.INT.006

Revisão: 000

Página: 1 / 3

TÍTULO: Política de Gestão da Marca

OBJETIVOS

Promover a comunicação entre o público interno e externo da Unimed Uberaba, de forma alinhada, coordenada e sinérgica, visando trabalhar uma comunicação formal com caráter informativo e de relacionamento, além de ampliar a percepção da marca Unimed. Produzir mensagens eficazes que tenham informações com transparência e ética para todos os públicos da cooperativa.

ABRANGÊNCIA

Toda Unimed Uberaba e partes interessadas.

SIGLAS E DEFINIÇÕES

Marca - A Unimed do Brasil é a detentora da marca Unimed. A Unimed Uberaba possui o direito de utilização da marca institucional e da marca da singular, por fazer parte do sistema Unimed.

Órgãos da Cooperativa - Se refere ao conselho de administração, diretoria executiva, conselho fiscal e conselho de ética.

Partes interessadas - Todas as pessoas físicas ou jurídicas que são diretas ou indiretamente afetadas pelas atividades da cooperativa, e que também possuem algum relacionamento com a cooperativa.

Porta Voz - É uma pessoa que fala em nome de outra pessoa, de um órgão ou de uma instituição.

Posicionamento institucional - Conjunto de diretrizes que orientam a forma como a Unimed Uberaba se apresenta para o mercado e seus públicos de relacionamento, refletindo a cultura interna, valores e visão da Cooperativa.

Públicos estratégicos - São aqueles que, direta ou indiretamente, tem interesses associados à Unimed Uberaba e o poder de impactar ou ser impactados pela Cooperativa.

Reputação - Consiste na compreensão da percepção que as partes interessadas têm sobre as ações passadas e possíveis iniciativas futuras da organização para o melhor relacionamento com elas. Não se refere apenas à imagem ou marca, mas sim, de um ativo construído a partir de ações e relacionamentos consistentes, transparentes e coerentes ao longo dos anos.

Veículos - Jornais, revistas, sites, rádios e emissoras de televisão são empresas que produzem e comercializam informações.

DIRETRIZES

A Cooperativa busca contribuir para o avanço sustentável do segmento de saúde, compartilhar os princípios cooperativistas, valorizar o trabalho médico e disseminar a cultura de dono entre os médicos cooperados.

A Cooperativa preza pela ética no trabalho e nos relacionamentos com seus mais diversos públicos, postura que se reflete na forma como a Cooperativa é percebida pelo mercado.

Divulgar e criar condições para que os objetivos e metas da empresa envolvam todos os colaboradores, permeando em todos os níveis hierárquicos.

ELABORADOR	APROVADOR	HOMOLOGADOR
COMPLIANCE 04/06/2019	DIRETORIA EXECUTIVA 11/07/2019	CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO 24/07/2019



POLÍTICA INSTITUCIONAL

Código: POL.INT.006

Revisão: 000

Página: 2 / 3

TÍTULO: Política de Gestão da Marca

Garantir o uso adequado e cuidado com os atributos da marca Unimed.

Compete à Área de Comunicação orientar, avaliar e aprovar a aplicação da marca em peças de comunicação, sejam elas produzidas internamente, por fornecedores ou por organizações parceiras.

Todos os colaboradores têm o dever de proteger a marca da cooperativa e conscientizar quanto ao seu significado e à sua importância.

Criar e manter uma comunicação dinâmica e educativa para o público interno, capaz de motivá-lo e comprometê-lo com os objetivos estratégicos da empresa.

Sensibilizar os colaboradores para os temas de interesse da Unimed Uberaba, visando consolidar a percepção interna da marca da empresa.

Informar e apoiar os clientes internos no desenvolvimento de ações de comunicação.

Gerar uma comunicação eficaz para comprometer todo corpo gerencial, em função da sua importância como agente de transformação.

Propor soluções para as áreas sensíveis em que a comunicação possa informar possíveis impactos da ação institucional.

Estimular a participação dos colaboradores nos eventos promovidos e/ou patrocinados pela Unimed Uberaba.

As práticas de comunicação externa da Unimed Uberaba precisam ser coerentes e integradas, de forma a garantir consistência e uniformidade à imagem da Cooperativa e manter a reputação para o posicionamento transparente.

Zelar pela imagem e a reputação da Unimed Uberaba e repudiando qualquer manifestação que coloque em risco o nome da cooperativa. Gerando uma comunicação transparente para envolver todos os públicos estratégicos.

Imprensa e Veículos de Comunicação

O relacionamento com a imprensa e com os veículos de comunicação deve contribuir para fortalecer a credibilidade da Unimed Uberaba, por meio do fornecimento de informações com transparência, prontidão e consistência e pela atenção aos compromissos assumidos com jornalistas. Os pedidos de informação da imprensa, tanto diretamente, quanto os que chegarem a outras áreas devem ser documentados e encaminhados à Assessoria de Imprensa ou à Gestão de Comunicação para o e-mail comunicacao@unimeduberaba.com.br.

Todos os posicionamentos e declarações oficiais, inclusive aqueles gerados pelos grupos de trabalho e submetidos aos públicos estratégicos devem passar pelo processo de aprovação interna da Comunicação.

Faz-se importante que todos os órgãos da Cooperativa estejam em consonância nas divulgações de informações, esclarecimentos de dúvidas e tratativas de demandas relacionadas ao médico Cooperado.

Sempre que algum membro dos órgãos da Unimed Uberaba e/ou executivos, for convidado a dar entrevistas, se posicionar sobre qualquer assunto ou dar pareceres, cujos assuntos sejam referentes à Unimed Uberaba, deve se contatar, imediatamente, a Assessoria de Comunicação e Imprensa para intermediar com os públicos midiáticos e avaliar o interesse da Cooperativa e a orientação do conteúdo que deve trabalhar positivamente para a imagem e a reputação do Diretor e da Cooperativa.

ELABORADOR	APROVADOR	HOMOLOGADOR
COMPLIANCE 04/06/2019	DIRETORIA EXECUTIVA 11/07/2019	CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO 24/07/2019



POLÍTICA INSTITUCIONAL

Código: POL.INT.006

Revisão: 000

Página: 3 / 3

TÍTULO: Política de Gestão da Marca

Não é autorizado ao profissional contratado como terceiro e/ou prestador de serviços, dar informação e/ou entrevistas em qualquer mídia externa e/ou interna em nome da Unimed Uberaba, bem como, se reunir diretamente com os órgãos da cooperativa sem prévia solicitação.

Eventos

Todos os eventos internos e externos devem seguir as diretrizes de comunicação e para garantir o padrão de qualidade e o posicionamento correto da marca devem ser alinhados com a área de Comunicação, previamente.

Poder Público

A comunicação com os poderes públicos é considerada estratégica para a Unimed Uberaba. A tomada de decisão relativa a ações nessa modalidade estará centralizada na Presidência e na área de Comunicação, que poderão incluir membros da equipe e gestores no processo.

Doações e brindes

O recebimento de brindes é permitido desde que envolvam itens sem valor comercial, objetos promocionais e sem exclusividade, conforme previsão em procedimentos internos. Assim como, as viagens são autorizadas exclusivamente para participação em eventos, treinamentos e reuniões sempre com aprovação dos superiores hierárquicos.

A Cooperativa busca contribuir para o avanço sustentável do segmento de saúde, disseminar os princípios cooperativistas, valorizar o trabalho médico e disseminar a cultura do dono entre os médicos cooperados.

REGRA DE CONSEQUÊNCIAS

As consequências em caso de descumprimento destas diretrizes serão tratadas em conformidade com o Código de Conduta da Unimed Uberaba, para os casos previstos, ou em deliberação da Diretoria Executiva mediante posicionamento das áreas envolvidas.

ANEXOS E REGISTROS

Não há.

REFERÊNCIAS

UNIMED DO BRASIL – Política de Comunicação do Sistema Unimed – Acessível em:

www.unimed.coop.br/portalunimed/flipbook/unimed_brasil

Acessado em: 26 de dezembro de 2018 às 16h58.

UNIMED DO BRASIL Central da Marca Disponível em: http://www.centraldamarca.unimed.coop.br/web/central-da-marca/login?p_p_id=58&p_p_lifecycle=0&_58_redirect=%2F. Acessado em 14/10/2018

Políticas Corporativas Unimed Belo Horizonte. Disponível em: https://portal.unimedbh.com.br/wps/portal/inicio/home/conheca_a_unimed/governanca/politicascorporativas .

Acessado em 15/10/2018

ELABORADOR	APROVADOR	HOMOLOGADOR
COMPLIANCE 04/06/2019	DIRETORIA EXECUTIVA 11/07/2019	CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO 24/07/2019