

	POLÍTICA COMUNICAÇÃO	Código: PL-11
		Revisão: 01
		Data: 11/03/2025
Classificação: (X) Pública () Confidencial <i>(Uso exclusivo da Unimed Limeira)</i>		

1. OBJETIVO

A Comunicação da Unimed Limeira tem o princípio informar de maneira ética, transparente e objetiva, tendo como finalidade estabelecer uma relação próxima e de credibilidade junto ao seu público de relacionamento. Público formado por: beneficiários, médicos cooperados, prestadores de serviços médicos, colaboradores, parceiros, terceirizados, fornecedores, poder público, órgãos reguladores, terceiro setor, comunidade e demais stakeholders.

Dessa forma, a Cooperativa visa manter e fortalecer a reputação da organização, promover uma imagem positiva, transmitir os valores, a essência e a cultura corporativa da instituição conectando-se com seu público. Sempre alinhada aos objetivos estratégicos da Unimed Limeira.

2. ABRANGÊNCIA

A Unimed Limeira utiliza os meios de comunicação de empresas de mídia ou canais próprios para chegar ao seu público de relacionamento. Seja na comunicação eletrônica ou impressa, interna ou externa.

3. SIGLAS E DEFINIÇÕES

CIRC: Circulares.

Comunicação Externa: A comunicação externa é o meio pelo qual a organização dialoga com a sociedade, seus grupamentos e organizações de forma mais detalhada.

Comunicação Interna: Compõe a comunicação interna o conjunto de ações de comunicação voltadas exclusivamente aos públicos de relacionamento interno da Unimed Limeira.

GRP: Gestão da Rede Prestadora.

Imagem institucional: É a imagem que as empresas transmitem e pela qual são reconhecidas pelas pessoas de forma inconsciente e emocional. Essas percepções dependem da forma e do conteúdo das ações de comunicação interna e externa.

Logomarca: É a representação simbólica de uma entidade, qualquer que seja, algo que permita identificá-la de modo imediato. Na teoria da comunicação, pode ser um signo, um símbolo ou um ícone. Uma simples palavra pode fazer referência a uma marca.

Marca: A marca representa o conjunto de emoções, experiências e atributos como: crença, propósito e que alimentam a percepção e as ideias que as pessoas compartilham e vivem sobre uma empresa.

NAC: Núcleo de Atenção ao Cooperado.

	POLÍTICA COMUNICAÇÃO	Código: PL-11
		Revisão: 01
		Data: 11/03/2025
Classificação: (X) Pública () Confidencial <i>(Uso exclusivo da Unimed Limeira)</i>		

Público-alvo: São públicos estratégicos que, direta ou indiretamente, têm interesses associados à Unimed Limeira e o poder de impactar ou ser impactados por ela.

4. PRINCÍPIOS

A Comunicação da Unimed Limeira é fundamentada nos seguintes princípios:

Transparência: Clara, acessível e compreensível para todos os envolvidos, tanto internamente quanto externamente à instituição. A transparência implica em divulgar informações relevantes sobre os objetivos, processos e decisões políticas de maneira aberta e honesta.

Prestação de contas: A Unimed Limeira deve ser responsável perante as partes interessadas, seja a comunidade, os cooperados, os funcionários ou outros grupos relevantes.

Participação e inclusão: Deve buscar a participação ativa e inclusão de todas as partes interessadas no processo de tomada de decisão.

Ética: Deve ser baseada em princípios éticos sólidos, como honestidade, integridade, justiça e equidade. Ela deve promover o respeito pelos direitos humanos, a diversidade e a sustentabilidade, evitando práticas antiéticas ou prejudiciais.

Coerência e consistência: Deve ser coerente com os valores, objetivos e missão da instituição. Deve ser consistente internamente, evitando contradições e garantindo a harmonia entre diferentes políticas e práticas institucionais.

É importante ressaltar que esses são apenas alguns princípios gerais e que a política institucional pode incluir outros princípios específicos, dependendo do contexto e dos propósitos da instituição em questão.

5. DIRETRIZES

A Política de Comunicação Institucional deve atuar na criação de uma cultura de comunicação integrada, fortalecendo a imagem institucional da Unimed Limeira e de sua reputação. Gerando valor e tratando de temas relevantes que se referem a processos inerentes ao dia a dia da organização, bem como as atividades de relacionamento com a imprensa e comunicação interna.

5.1. COMUNICAÇÃO INTERNA

A comunicação interna é caracterizada por informações de interesse específico ao público endereçado, não sendo ela direcionada ao público externo. Contribui na unificação das informações, fortalecimento da imagem da instituição, disseminação da filosofia, boas práticas corporativas, clima organizacional e objetivos estratégicos da Unimed Limeira. Essa comunicação é realizada por canais e setores próprios para cada público.

	POLÍTICA COMUNICAÇÃO	Código: PL-11
		Revisão: 01
		Data: 11/03/2025
Classificação: (X) Pública () Confidencial <i>(Uso exclusivo da Unimed Limeira)</i>		

5.2. SETOR DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

O setor de Comunicação e Marketing faz a comunicação interna com funcionários, empresas terceirizadas, prestadores e parceiros que atuam internamente nas unidades da cooperativa. Também presta apoio, quando necessário, na criação e edição de material informativo voltado aos médicos cooperados e rede prestadora de serviço médico. Porém não faz a comunicação direta com esses dois públicos.

5.3. CANAIS DE COMUNICAÇÃO

5.3.1. Canais usados pelo setor de Comunicação e Marketing

A metodologia empregada pela Unimed Limeira está alinhada com os princípios da ISO 31000:2018 e com a Resolução Normativa da ANS, garantindo conformidade com as diretrizes das principais referências internacionalmente reconhecidas para o gerenciamento de riscos. Além disso, são utilizados como referências os seguintes documentos institucionais: **PSI-01 Política de Segurança da Informação**, **MSGQ-01 Manual do Sistema de Gestão da Qualidade** e **ANEXO II - Comunicação com as Partes Interessadas**.

- a. **Informe, Boletins, Notas e Comunicados:** Produzidos e enviados pelo setor de Comunicação e Marketing, internamente, via e-mail. Inseridos em quadros de avisos das unidades seguindo instruções de trabalho e fluxo estabelecidos.
- b. **Campanhas Institucionais Unimed Limeira:** Produzido pelo setor de Comunicação e Marketing e/ou Agência (externa). Material enviado internamente via e-mail e inserido em quadros de avisos das unidades seguindo instruções de trabalho estabelecidas. Também publicado em rede social, jornais e revistas de circulação local.
- c. **Spark:** Enviado pelo setor de Comunicação e Marketing quando necessário usar esse meio de comunicação.
- d. **Tela dos Computadores:** Produzido pelo setor de Comunicação e Marketing ou pela Agência (externa) e divulgado internamente. O material eletrônico é inserido nas telas dos computadores conectados na rede interna.

5.3.2. Canais usados pelo setor de Secretaria Executiva

A comunicação direta da Secretaria Executiva com os Cooperados e Prestadores de Serviços Médicos ocorre através de Carta DE, Circular, e-mail e WhatsApp em casos orientados pela Diretoria Executiva. Nos casos de convocação das reuniões a mesma é feita de forma sistemática mensalmente por meio do e-mail que é o canal oficial. Nos casos de comunicação da Diretoria Executiva com os Cooperados, Prestadores de Serviços Médicos e Funcionários, a Secretaria Executiva utiliza os respectivos canais: Núcleo de Atenção ao Cooperado, Gestão da Rede Prestadora e Marketing e Comunicação.

	POLÍTICA COMUNICAÇÃO	Código: PL-11
		Revisão: 01
		Data: 11/03/2025
Classificação: (X) Pública () Confidencial <i>(Uso exclusivo da Unimed Limeira)</i>		

5.3.3.Canais usados pelo setor Núcleo de Atenção ao Cooperado

A comunicação direta do setor Núcleo de Atenção ao Cooperado com os cooperados ocorre por meio de circulares (CIRC), cartas (ADM), e-mails informativos e/ou informes produzidos pelo Marketing, sendo que há atendimento pelo setor do NAC de forma presencial, telefone, e-mail e também whatsapp. É estabelecido que o e-mail é a ferramenta oficial de comunicação e o whatsapp pode ser utilizado como ferramenta de comunicação rápida e complementar.

5.3.4.Canais usados pelo setor Gestão da Rede Prestadora

A comunicação direta do setor Gestão da Rede Prestadora com a rede prestadora ocorre por meio de circulares (CIRC), cartas (ADM), e-mails informativos e/ou informes produzidos pelo Marketing, sendo que há atendimento pelo setor do GRP de forma presencial, telefone, e-mail e também whatsapp. É estabelecido que o e-mail é a ferramenta oficial de comunicação e o whatsapp pode ser utilizado como ferramenta de comunicação rápida e complementar.

5.3.5.Comunicação Externa

Muito mais complexa, a comunicação externa vai além de ações de marketing ou publicidade. Ela tem mais a ver com a mensagem e a imagem da marca difundida pela organização por meio das ferramentas da comunicação social. A comunicação externa dialoga com todas as esferas sociais que tendem a influenciar a imagem da instituição e o impacto dela na opinião pública. O público pode ser: clientes, possíveis clientes (prospects), comunidade, imprensa, parceiros, fornecedores, distribuidores, órgãos públicos, agências reguladoras, terceiro setor, entre outros. Além de também conectar essa mensagem com seu público interno formado por colaboradores, médicos cooperados entre outros. O trabalho de comunicação externa tem como objetivo estreitar as relações entre a organização e seus diversos públicos de relacionamento, conforme citado acima.

Referente aos Canais usados na Comunicação Externa, a Unimed Limeira utiliza seus canais próprios no formato eletrônico, como site oficial, Instagram, Facebook, Youtube, e-mkt, programa de mensagem e o aplicativo Unimed Cliente SP. Ainda no meio eletrônico, a cooperativa também conta com divulgação externa por meio de terceiros em sites de notícias, rádios, emissora de TV e também nas redes sociais das empresas de comunicação.

Nos canais físicos, são utilizados três pontos próprios de painéis sendo que 2 unidades ficam localizados na lateral da Ótica Unimed e uma unidade na Sede Administrativa. Além disso, há padronização da comunicação visual dos veículos, uniformes e prédios das unidades, contribuindo no fortalecimento da imagem Unimed.

Na mídia impressa, as informações são divulgadas pelo jornal diário, revista, placas de patrocínio e outdoors, mediante contratação esporádica ou por meio de contrato mensal.

	POLÍTICA COMUNICAÇÃO	Código: PL-11
		Revisão: 01
		Data: 11/03/2025
Classificação: (X) Pública () Confidencial <i>(Uso exclusivo da Unimed Limeira)</i>		

A comunicação da Unimed destaca seus princípios, como a valorização da vida, o cuidado com o bem-estar das pessoas e o compromisso com a qualidade dos serviços de saúde. A cooperativa busca transmitir esses valores em suas mensagens e ações, reforçando sua posição como referência no setor de saúde suplementar no país.

A Unimed Limeira instituiu a política de comunicação com esse intuito. Ela abrange os seguintes aspectos:

- 1. Identidade e imagem corporativa:** Define a essência, os valores, a missão e a visão da organização, bem como sua identidade visual, incluindo logotipo, cores, fontes e outros elementos visuais.
- 2. Mensagens-chave:** Identifica as principais mensagens que a organização deseja transmitir e garante que sejam consistentemente comunicadas em todos os canais de comunicação.
- 3. Públicos-alvo:** Identifica e analisa os diferentes públicos com os quais a organização se comunica, adaptando suas mensagens e canais de comunicação para atender às necessidades e expectativas específicas de cada público.
- 4. Canais de comunicação:** Determina os canais de comunicação a ser utilizado, como mídias sociais, site corporativo, boletins informativos, comunicados de imprensa, eventos corporativos, entre outros.
- 5. Gerenciamento de crises:** Estabelece diretriz e procedimentos para o gerenciamento de crises de comunicação, incluindo a identificação de porta-vozes, a definição de fluxos de comunicação e a preparação para lidar com situações de crise de forma rápida, transparente e eficiente.
- 6. Monitoramento e feedback:** Estabelece mecanismos para monitorar a eficácia da comunicação institucional, como pesquisas de opinião, análise de mídia, monitoramento de redes sociais e feedback direto dos públicos-alvo. Essas informações são usadas para ajustar e melhorar as estratégias de comunicação.
- 7. Ética e transparência:** Define princípios éticos e valores que guiam a comunicação institucional, garantindo a transparência, a veracidade das informações e o respeito pelos direitos e interesses dos públicos envolvidos.

6. PAPÉIS E RESPONSABILIDADES

Setor de Marketing e Comunicação: Executar as ações e atividades operacionais referentes aos preceitos descritos nessa política.

Diretoria Executiva: Acompanhar e fazer gestão por meio das informações fornecidas pelo setor de Marketing e Comunicação e seus indicadores.

	POLÍTICA COMUNICAÇÃO	Código: PL-11
		Revisão: 01
		Data: 11/03/2025
Classificação: (X) Pública () Confidencial <i>(Uso exclusivo da Unimed Limeira)</i>		

Marketing e Comunicação: Executar as ações e atividades operacionais referentes aos preceitos descritos nessa política.

NAC: Executar as ações e atividades operacionais referentes aos preceitos descritos nessa política.

GRP: Executar as ações e atividades operacionais referentes aos preceitos descritos nessa política.

Secretaria Executiva: Executar as ações e atividades operacionais referentes aos preceitos descritos nessa política.

Diretoria Executiva: Acompanhar e fazer gestão por meio das informações fornecidas pelo setor de Marketing e Comunicação e seus indicadores.

7. REFERÊNCIA

DIRETRIZ DE COMUNICAÇÃO DO SISTEMA UNIMED

MANUAL DE REDAÇÃO DO SISTEMA UNIMED

Diretriz Nacional de Comunicação do Sistema Unimed, São Paulo, 2017

Acesso em 05/06/2023: Políticas Corporativas - Unimed Belo Horizonte - Site:

<https://portal.unimedbh.com.br/governanca/politicas-corporativas>

CONTROLE DAS ALTERAÇÕES			
Versão	Elaborador (es)	Verificador (es)	Aprovador (es)
0	Analista de Marketing	Diretoria Executiva	Conselho de Administração
Datas	12/06/2023	28/06/2023	04/07/2023
MODIFICAÇÕES REALIZADAS:			
Emissão da versão inicial da Política.			
Versão	Elaborador (es)	Verificador (es)	Aprovador (es)
01	Analista de Marketing	Diretoria Executiva	Conselho de Administração
Datas	13/02/2025	13/02/2025	11/03/2025
MODIFICAÇÕES REALIZADAS:			
Foram descritos os meios e canais de comunicação usados pela Secretaria da Diretoria Executiva, NAC e GRP para as comunicações com os respectivos níveis hierárquicos de cada setor. Inseridas novas siglas usadas no documento.			