

**POLÍTICA INSTITUCIONAL**Elaboração  
22/11/2021Versão  
000Página  
1-6

Nome: Política de Gestão da Marca

**1. OBJETIVOS**

Promover a comunicação entre o público interno e externo da Unimed Araxá, 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.

**2. ABRANGÊNCIA**

Toda Unimed Araxá e partes interessadas.

**3. SIGLAS E DEFINIÇÕES**

**Marca:** A Unimed do Brasil é a detentora da marca Unimed. A Unimed Araxá 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 Araxá 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 Araxá e o poder de impactar ou ser impactados pela Cooperativa.

## POLÍTICA INSTITUCIONAL

Elaboração  
22/11/2021

Versão  
000

Página  
2-6

Nome: Política de Gestão da Marca

**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.

#### 4. DIRETRIZES

A Cooperativa busca contribuir para o avanço sustentável do segmento de saúde, compartilhar os princípios cooperativistas e valorizar o trabalho médico.

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.

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

Compete à Superintendência e Diretoria Executiva 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.

**POLÍTICA INSTITUCIONAL**

Elaboração	Versão	Página
22/11/2021	000	3-6

Nome: Política de Gestão da Marca

Sensibilizar os colaboradores para os temas de interesse da Unimed Araxá, 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 Araxá.

As práticas de comunicação externa da Unimed Araxá 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 Araxá 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 Araxá, por meio do fornecimento de informações com transparência, prontidão e consistência e pela atenção aos compromissos assumidos com profissionais de comunicação. Os pedidos de informação da imprensa, tanto diretamente, quanto os que chegarem a outras áreas devem ser documentados e encaminhados à Superintendência da cooperativa.

**POLÍTICA INSTITUCIONAL**Elaboração  
22/11/2021Versão  
000Página  
4-6

Nome: Política de Gestão da Marca

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 Superintendência e/ou Diretoria Executiva.

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 Araxá e/ou executivos, for convidado a dar entrevistas, se posicionar sobre qualquer assunto ou dar pareceres, cujos assuntos sejam referentes à Unimed Araxá, deve se contatar, imediatamente, a Superintendência 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.

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 Araxá, bem como, se reunir diretamente com os órgãos da cooperativa sem prévia solicitação.

**Eventos**

Todos os eventos internos e externos devem seguir o guia de aplicação da marca Unimed, garantir o padrão de qualidade, o posicionamento correto da marca e devem ser alinhados com a área de Comunicação, previamente.

**Poder Público**

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

**POLÍTICA INSTITUCIONAL**Elaboração  
22/11/2021Versão  
000Página  
5-6

Nome: Política de Gestão da Marca

**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 e valorizar o trabalho médico.

**5. REGRA DE CONSEQUÊNCIAS**

O descumprimento dos dispositivos desta política implicará apuração de responsabilidade e aplicação de sanções administrativas nos termos dos normativos internos da Unimed Araxá.

As consequências em caso de descumprimento destas diretrizes serão tratadas em conformidade com o Código de Conduta, Estatuto Social e Regimento Interno da Unimed Araxá para os casos previstos, ou em deliberação do Conselho Administrativo mediante posicionamento das áreas envolvidas.

**6. ANEXOS**

Não se aplica

**7. REFERÊNCIAS**

UNIMED DO BRASIL - Política de Comunicação do Sistema Unimed - Acessível em:  
[www.unimed.coop.br/portallunimed/flipbook/unimed\\_brasil](http://www.unimed.coop.br/portallunimed/flipbook/unimed_brasil)  
Acessado em: 26 de dezembro de 2018 às 16h58.

**POLÍTICA INSTITUCIONAL**Elaboração  
22/11/2021Versão  
000Página  
6-6

Nome: Política de Gestão da Marca

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](http://www.centraldamarca.unimed.coop.br/web/central-da-marca/login?p_p_id=58&p_p_lifecycle=0&_58_redirect=%2F). Acessueado 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](https://portal.unimedbh.com.br/wps/portal/inicio/home/conheca_a_unimed/governanca/politicascorporativas)  
<https://www.unimed.coop.br/web/uberaba/politicas-institucionais>

Política de Institucionais da Unimed Uberaba. Disponível em:  
<https://www.unimed.coop.br/documents/1261584/0/Pol%C3%ADtica+Financeira+e+Patrimonial/568bc7e5-5262-4a85-aff3-9b03f8423f96>. Acessado em 14/09/2021.

Data Aprovação:	06/12/2021
Elaboração:	Sistema de Gestão da Qualidade
Aprovação:	Diretoria Executiva
Homologação:	Conselho de Administração