



POLÍTICA INSTITUCIONAL

Padrão nº: POI UNIVSF 002

Estabelecido em: 06/2019

Nº Revisão:
00

Página 1 de 11

Atividade: Política de Comunicação

Responsável: Unimed Vale do São Francisco

Identidade Organizacional

| | |
|----------|--|
| Essência | Cooperativismo |
| Negócio | Atenção à saúde e trabalho médico |
| Missão | Oferecer soluções em saúde, com qualidade e sustentabilidade, por meio de práticas assistenciais e de gestão que valorizem o trabalho médico cooperado. |
| Visão | Ser reconhecida como a melhor opção de saúde na região em excelência de serviço e referência em governança cooperativa. |
| Valores | Ética Cooperativismo Relacionamento (satisfação e valorização das pessoas) Excelência (melhoria contínua com estímulo á inovação) Sustentabilidade (econômica e sócio-ambiental) |

Objetivo

- Fortalecer a imagem institucional da Unimed e de sua reputação
- Intermediar o relacionamento entre empresa, instituição, funcionários e clientes para assegurar produtividade e qualidade.
- Construir e manter um relacionamento proativo, interativo, ético, de credibilidade e de parcerias com o público interno e externo, além de proporcionar troca de informação entre a empresa e seus funcionários.
- Garantir comunicação institucional eficaz
- Permitir a transferência de conhecimentos e informações para auxiliar a melhoria do desempenho
- Incentivar, motivar e valorizar o público interno.
- Promover a interação e a troca de informação entre a empresa e seus funcionários, permitindo a transferência de conhecimentos e informações para auxiliar a melhoria do desempenho.

Siglas e Definições

- **Comunicação Institucional** - Política ou Diretriz de Comunicação é um processo articulado de definição de valores, objetivos, diretrizes, normas e estruturas, que tem como finalidade orientar o desenvolvimento de ações, estratégias e produtos de comunicação para uma organização tendo em vista o seu relacionamento com os diversos públicos de interesse”..



POLÍTICA INSTITUCIONAL

Padrão nº: POI UNIVSF 002

Estabelecido em: 06/2019

Nº Revisão:
00

Página 2 de 11

Atividade: Política de Comunicação

Responsável: Unimed Vale do São Francisco

- **Públicos Estratégicos** - Públicos estratégicos são aqueles que, direta ou indiretamente, têm interesses associados à Unimed e o poder de impactar ou ser impactados por ela.
- **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 Vale do São Francisco, como dirigentes, médicos cooperados, enfermeiros, colaboradores, terceirizados e prestadores
- **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.
- **Marca** - 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.
- **ABAP** - Associação Brasileira de Agência de Publicidade e Propaganda

Abrangência

Esta Política se aplica a toda Unimed Vale do São Francisco, sendo seus Cooperados, Dirigentes, Colaboradores, Fornecedores, Prestadores de Serviços, Parceiros e quaisquer terceiros ou partes envolvidas com esta empresa.

Diretrizes

A construção, o desenvolvimento e a manutenção da comunicação na Unimed Vale do São Francisco tem por objetivo desenvolver e registrar planos de ação, processos e atividades que mantenha a comunicação da cooperativa com os públicos de interesse:

1. Gestão da Comunicação

1.1. Objetivos

- 1.1.1. Definir prioridades e assuntos-chave, respeitando as orientações estratégicas da cooperativa e as diretrizes do Sistema Unimed, com foco nos públicos de interesse;
- 1.1.2. Planejar, desenvolver, monitorar, mensurar e avaliar ações de comunicação;
- 1.1.3. Promover integração das ações de comunicação e otimização de recursos dos planos de comunicação entre a operadora e os recursos próprios;
- 1.1.4. Identificar desejos, necessidades e demandas dos públicos de interesse, visando à construção e manutenção de relacionamento;



POLÍTICA INSTITUCIONAL

Padrão nº: POI UNIVSF 002

Estabelecido em: 06/2019

Nº Revisão:
00

Página 3 de 11

Atividade: Política de Comunicação

Responsável: Unimed Vale do São Francisco

1.1.5. Identificar potenciais conflitos e focos de crise de imagem para desenhar, de forma preventiva, soluções de gerenciamento adequado às situações;

1.2. Responsável

1.2.1. A gestão é feita pela área de Comunicação em conjunto com a alta direção, sendo imprescindível a intercooperação das demais áreas no que diz respeito a alinhamento e foco nos objetivos estratégicos da cooperativa.

2. Gestão de Conteúdo

2.1. Objetivos:

2.1.1. Propor conteúdos prioritários e relevantes para veiculação interna e externa, que estejam relacionados ao negócio e às estratégias da cooperativa;

2.1.2. Definir os canais mais adequados para a veiculação dos conteúdos, considerando os públicos estratégicos, utilizando linguagens compatíveis e coerentes, estimulando a interação;

2.1.3. Monitorar canais e conteúdos para identificar o grau de satisfação e engajamento;

2.1.4. Adequar e contextualizar os conteúdos e as formas de divulgação, considerando o perfil de cada público e o canal utilizado.

2.2. Responsável

2.2.1. A área de Comunicação e Marketing, que pode buscar apoio e orientação nas demais áreas para casos específicos;

Conteúdos gerais direcionadores de ações e campanhas:

- a) Eventos e patrocínios regionais;
- b) Desempenhos operacionais;
- c) Abertura de recursos próprios ou aquisição de equipamentos;
- d) Ações de responsabilidade social de cunho regional;
- e) Boas práticas internas que propiciem benefícios para a singular, o Sistema e, principalmente, clientes;
- f) Assuntos relacionados à saúde, bem-estar e qualidade de vida;
- g) Mudança de endereço, telefone ou horário de atendimento da operadora, Postos de Atendimento e recursos próprios;
- h) Assuntos relacionados à medicina preventiva, saúde bucal, vacinação, obesidade, alimentação saudável e esportes;
- i) Assuntos institucionais;



POLÍTICA INSTITUCIONAL

Padrão nº: POI UNIVSF 002

Estabelecido em: 06/2019

Nº Revisão:
00

Página 4 de 11

Atividade: Política de Comunicação

Responsável: Unimed Vale do São Francisco

- j) Assuntos relacionados a novos produtos ou produtos já existentes;
- k) Orientações institucionais dos Hospitais e dos recursos próprios;
- l) Entrada e saída de novos cooperados;
- m) Notas oficiais;
- n) Canais de relacionamento.

Para alcançar os objetivos definidos são consideradas as seguintes categorias:

3. Comunicação Interna – Conjunto de ações de comunicação voltadas exclusivamente aos públicos de relacionamento interno do da Unimed Vale do São Francisco, como dirigentes, médicos cooperados, enfermeiros, colaboradores, terceirizados e prestadores.

3.1. Objetivos: Tem por objetivo a troca qualificada de informações entre as partes, visando promover maior integração entre o público interno e a organização, a fim de proporcionar, dessa forma, um melhor ambiente de trabalho.

O público interno também é porta-voz da organização e pode ser um grande aliado, dependendo de como as ações do Sistema Unimed são comunicadas a ele. Por outro lado, um processo falho de comunicação pode prejudicar a imagem do Sistema perante seus próprios integrantes.

3.2. Responsabilidades: A comunicação interna é fundamental para garantir que todos estejam alinhados quanto aos processos, diretrizes e objetivos estratégicos da Unimed. A participação de todo o corpo funcional na comunicação interna é fundamental. Ela deve acontecer de forma multidirecional, visando tornar os canais de comunicação fontes de conhecimento, interação e fomento à colaboração. A criação de boletins, bem como a manutenção de conteúdo dos comunicados atualizados no portal é papel da área de comunicação.

Notícias de caráter sigiloso devem ser alinhados com a Alta Direção quanto a sua divulgação.

3.3. Padrões: Toda a comunicação deve utilizar os templates e as diretrizes da Central da Marca, em respeito à identidade visual desenvolvida pela área de Marketing da Unimed do Brasil. Caso exista demanda pela criação de um novo canal de comunicação interna, a solicitação deve ser feita diretamente à área de Comunicação, que fará uma análise prévia. Todos os comunicados emitidos pelas diversas áreas devem ser enviados também à respectiva área de Comunicação, a fim de alinhar a informação institucional. Os textos produzidos para os



POLÍTICA INSTITUCIONAL

Padrão nº: POI UNIVSF 002

Estabelecido em: 06/2019

Nº Revisão:
00

Página 5 de 11

Atividade: Política de Comunicação

Responsável: Unimed Vale do São Francisco

comunicados devem seguir as recomendações e os padrões estabelecidos no Manual de Redação do Sistema Unimed. Todos os comunicados devem passar por revisão ortográfica.

3.4. **Avaliação:** A comunicação interna deve ser continuamente avaliada, com a realização de sondagens de opinião e diagnósticos para aferir a adequação e a eficácia dos canais de relacionamento utilizados.

3.5. **O que deve ser divulgado:** Para promover uma eficiente troca de informações com os colaboradores, a comunicação interna deve ser transparente, ter credibilidade e não banalizar seus veículos de comunicação com informações desinteressantes. A área de Comunicação é responsável pela seleção e divulgação dos assuntos a ser publicados pelos canais institucionais de comunicação interna. Assuntos como: Participação em Congressos, Seminários, Workshop; Mudanças Institucionais (Estruturais, Endereço, Ampliação, Criação de Espaços, Projetos); Dados de pesquisas internas e externas, outros.

3.6. **Canais de Comunicação Interna:**

- a) Informativo Cooperado
- b) Reuniões Setoriais
- c) Murais Internos
- d) Campanhas Institucionais
- e) Spark
- f) Email
- g) Whatsapp

3.6.1. A periodicidade do Informativo Cooperado é Mensal, as reuniões seguem calendário definidos pelas áreas/setores. Os demais canais seguem demanda de cada setor ou área

3.6.2. O uso de email é orientado por meio de política específica: **POI NTIOP 001 Gestão da Segurança Consistência e Rastreabilidade da Informação**

4. Comunicação Externa - Meio pelo qual a organização dialoga com a sociedade, seus grupamentos e organizações de forma mais detalhada. É uma ferramenta a ser utilizada para oferecer ao público subsídios e informações que contribuam para construir uma imagem positiva da organização. O trabalho de comunicação externa tem como objetivo estreitar as relações entre a organização e seus diversos públicos e contribuir para a consolidação de sua imagem institucional.

4.1. Objetivos



POLÍTICA INSTITUCIONAL

Padrão nº: POI UNIVSF 002

Estabelecido em: 06/2019

Nº Revisão:
00

Página 6 de 11

Atividade: Política de Comunicação

Responsável: Unimed Vale do São Francisco

- Divulgar a missão da cooperativa, estabelecer o correto posicionamento e assegurar uma identidade técnica que possa conferir à Unimed o respeito e o reconhecimento da sociedade;
- Destacar os princípios cooperativistas, como a gestão democrática, livre adesão, autonomia, independência e intercooperação;
- Criar uma imagem positiva do Sistema Unimed, a fim de melhorar sua posição perante a opinião pública;
- Fortalecer, nos públicos externos, o sentimento de que saúde e qualidade de vida são fundamentais;
- Proporcionar maior visibilidade aos programas e atividades da cooperativa;

4.2. **Postura** - A Comunicação com seus públicos externos deve respeitar o tripé transparência, ética e profissionalismo. A Unimed deve manter uma relação proativa e permanente com os seus públicos estratégicos, contemplando-os em seus planos de comunicação. A organização deve evitar embates com seus públicos estratégicos e, em particular, com a imprensa, de forma a construir uma relação sadia e de longo prazo com cada um desses públicos.

4.3. **Responsabilidades** - O planejamento de comunicação externa deve ser estruturado globalmente pela área de comunicação. Para auxiliar a execução das estratégias globais de comunicação com os públicos externos, a Unimed tem auxílio de assessorias de comunicação (assessoria de imprensa e agência de publicidade). Cabe à área de Comunicação fazer o gerenciamento do trabalho dessas empresas, que devem trabalhar em alinhamento com as diretrizes estratégicas do Sistema Unimed. As agências de comunicação contratadas devem ter atuação local e uma boa reputação no mercado em que atuam. Em casos de crise, com potencial de impactar a imagem e reputação do Sistema Unimed, cabe à área de Comunicação da Unimed do Brasil o papel de orientar as Federações, Singulares e Recursos Próprios, alinhando com elas a estratégia a ser seguida e o posicionamento.

4.4. **Orientações** - As práticas de comunicação externa da Unimed precisam ser coerentes e integradas, de forma a garantir consistência e uniformidade à imagem do Sistema. Todo material produzido para o público externo deve passar pela revisão e aprovação da área de Comunicação, que avaliará se o conteúdo e a forma estão alinhados aos objetivos estratégicos e à estratégia de comunicação da Unimed e do sistema Unimed.

4.4.1. O desenvolvimento de novos veículos de comunicação deve ser alinhado previamente com a área de Comunicação.

4.4.2. Informações estratégicas e sigilosas não devem ser comunicadas aos públicos externos. Recomenda-se que, quando necessário, esse tipo de informação seja

| | | | |
|---|---------------------------------|---------------------------|----------------|
|  | <h2>POLÍTICA INSTITUCIONAL</h2> | Padrão nº: POI UNIVSF 002 | |
| | | Estabelecido em: 06/2019 | |
| | | Nº Revisão: 00 | Página 7 de 11 |
| Atividade: Política de Comunicação Responsável: Unimed Vale do São Francisco | | | |

disponibilizado exclusivamente pelos canais de comunicação interna, com acesso restrito, após análise e elaboração de um planejamento de divulgação desenvolvido pela área de Comunicação juntamente com a Diretoria Executiva.

4.4.3. Antes de se posicionar sobre uma determinação da ANS, recomenda-se alinhar o posicionamento e o tom de comunicação com a Unimed do Brasil. Ao mesmo tempo, a Unimed do Brasil deve manter o Sistema Unimed informado sobre sua atuação no órgão regulador e de seu posicionamento institucional sobre os temas que estão sendo discutidos.

4.4.4. Ao utilizar a marca da Unimed, é obrigatório consultar a área de comunicação quanto a adequação ao que preconiza o manual de identidade visual do Sistema Unimed.

5. Solicitação de Serviços para a Área de Comunicação

5.1. As principais iniciativas de comunicação dirigidas aos públicos estratégicos devem ser alinhadas com a área de Comunicação e Marketing.

5.2. Aqui, consideram-se: banners, brindes, camisetas, cartazes, catálogos, manuais, sinalização interna e externa, folders, gravações em áudio e vídeo, sites, campanhas, postagens, entre outros.

5.3. As demandas de outras áreas da cooperativa devem ter a ideia/proposta pré-aprovada pelo gestor da respectiva área para que, posteriormente, a área de Comunicação e Marketing possa desenvolver o material e encaminhar os trâmites de orçamento e compras, caso necessário. Esse fluxo é imprescindível para otimização de atividades e controle dos investimentos previstos no orçamento anual.

5.4. As áreas que desenvolverem materiais próprios devem enviar ao Marketing para que seja validada a aplicação da marca e conferido o cumprimento das respectivas diretrizes.

5.5. As solicitações devem ser feitas com, no mínimo, 30 dias de antecedência da data a qual se deseja a entrega do material pronto. Mesmo que o material tenha sido aprovado no orçamento anual, é de responsabilidade de cada área demandante entrar em contato com o Marketing na devida época para planejamento e alinhamento da produção.

6. Assessoria de Comunicação e Marketing

| | | | |
|---|-------------------------------|----------------------------------|----------------|
|  | POLÍTICA INSTITUCIONAL | Padrão nº: POI UNIVSF 002 | |
| | | Estabelecido em: 06/2019 | |
| | | Nº Revisão: 00 | Página 8 de 11 |
| Atividade: Política de Comunicação Responsável: Unimed Vale do São Francisco | | | |

A assessoria de Comunicação e Marketing tem por objetivo atender às necessidades em alinhamento com os objetivos de marketing e de mercado da Unimed, visando aumentar os resultados comerciais, uniformizar e fortalecer a marca perante os seus públicos de relacionamento.

Essa assessoria é prestada por agência de publicidade e propaganda devidamente registrada na ABAP, responsável por analisar a situação da imagem e posicionamento da Unimed perante seus públicos, contribuindo com a definição da estratégia, da criação publicitária e acompanhamento de resultados, que podem incluir ou resultar nos seguintes serviços.

- 6.1. Planejamento de mídia: estudo de mercado midiático e público-alvo (parceria com área de Mercado), levantamento de veículos e oportunidades de veiculação (banco de mídias estadual) e composição de estratégia de compra de mídia.
- 6.2. Campanhas institucionais: criação de peças para divulgação de produtos e serviços, padrão de estande e materiais a serem utilizados em feiras ou ações em empresas clientes e ação promocional de relacionamento com clientes e comunidade.

7. Assessoria de Imprensa

A assessoria de imprensa é prestada por profissional devidamente registrado na Federação Nacional de Jornalistas e tem por objetivo atuar junto aos meios de comunicação, rádio, televisão, jornais mídias sociais e também na produção do jornal do cooperado e do informativo Unimed, registrar os eventos da Unimed.

As responsabilidades da Assessoria de imprensa são:

- 7.1. Relacionamento com os veículos de comunicação (rádio, televisão, jornais, blogs)
 - 7.1.1. Acompanhar a ocorrência de assuntos envolvendo a Unimed nos meios de comunicação, reportando para a Diretoria Comercial que decidirá quanto a ação a ser tomada.
 - 7.1.2. Elaborar matérias para os jornais e blogs;
 - 7.1.3. Produzir a coluna mensal dos jornais;
- 7.2. Produção do Jornal do Cooperado;
 - 7.2.1. Interagindo com a Gerência de Relacionamento ao Cooperado, desenvolver e produzir o jornal do cooperado, redigindo as matérias e os conteúdos, publicação mensal direcionada aos cooperados Unimed;
- 7.3. Produção do Informativo Unimed
 - 7.3.1. Interagir com a Gerência de Marketing para desenvolver as matérias e conteúdos do Informativo Unimed, publicação mensal que acompanha o boleto que é enviado para os



POLÍTICA INSTITUCIONAL

Padrão nº: POI UNIVSF 002

Estabelecido em: 06/2019

Nº Revisão:
00

Página 9 de 11

Atividade: Política de Comunicação

Responsável: Unimed Vale do São Francisco

clientes;

7.4. Registrar os eventos da Unimed

7.4.1. Fazer registro fotográfico e jornalístico dos eventos da Unimed com objetivo de divulgar no site da Unimed e nas mídias sociais.

7.5. A produção dos conteúdos Informativo Cliente e Informativo cooperado segue o seguinte fluxo e prazos:

| | | Boletim Cliente | Boletim Cooperado | Responsabilidade |
|-----------------------|-------------|-----------------|-------------------|------------------|
| Produção da Matéria | Data Limite | 8 | 18 | Ascom |
| Revisão | | 10 | 10 | Solicitante |
| Aprovação | | 12 | 22 | Diretoria |
| Diagramação | | 13 | 23 | Agência |
| Revisão Final | | 18 | 28 | Marketing |
| Liberação do Material | | 20 | 30 | Agência |

8. Patrocínios Institucionais

A formalização de apoio e patrocínio institucionais prioriza as ações que levam o conceito de promoção à saúde, de integração e do relacionamento com a classe médica e de cultura. Desse modo, a solicitação de patrocínio deverá se adequar às estratégias da Cooperativa referentes à responsabilidade corporativa.

A Unimed Vale do São Francisco não patrocina projetos e evento de: atletas ou esportes individuais; eventos esportivos de alto risco; eventos que causem, ou possam vir a causar, impacto negativo à saúde e/ou ao meio ambiente; eventos que incentivem o uso de bebidas alcoólicas, cigarro e outras drogas; eventos que sejam ligados a jogos de azar ou especulativos; eventos de cunho político-partidário ou religioso; eventos realizados fora da área de atuação da Unimed Vale do São Francisco.

8.1. Evento esportivo

A Cooperativa assumiu o papel de disseminadora da cultura dos hábitos de vida saudáveis, dentre eles se enquadra a prática de atividades físicas e o esporte coletivo.

Ao patrocinar eventos dessa natureza, a Unimed Vale do São Francisco associa a sua marca a atividade física disponível para todos, incentivando assim, o auto-cuidado.

8.2. Evento Médico - técnico e científico

Com o intuito de promover a integração e o desenvolvimento científico da classe médica, a Unimed Vale do São Francisco estabeleceu critérios específicos para patrocinar ou apoiar eventos médicos, mediante à solicitação e aprovações corporativas.

| | | | |
|---|---------------------------------|---------------------------|-----------------|
|  | <h2>POLÍTICA INSTITUCIONAL</h2> | Padrão nº: POI UNIVSF 002 | |
| | | Estabelecido em: 06/2019 | |
| | | Nº Revisão: 00 | Página 10 de 11 |
| Atividade: Política de Comunicação Responsável: Unimed Vale do São Francisco | | | |

8.3. Saúde

Direcionados a manutenção da saúde e não somente ao tratamento de doenças. Eventos que tenham como objetivo a melhoria da qualidade de vida, a promoção da saúde e a criação de hábitos saudáveis, conscientizando e oferecendo serviços e/ou orientações para a melhor qualidade de vida da sociedade;

8.4. Empresariais

Eventos que estejam diretamente ligados ao desenvolvimento de nichos. Geração de novos negócios ou fortalecimento de mercados e redes de relacionamento.

8.5. Culturais

Os que desenvolvem ou propaguem a cultura local e nacional, proporcionando benefícios à sociedade. Projetos como oficinas culturais e apresentações/shows, desde que atendam as necessidades de segurança e público.

A solicitação de patrocínios deve ser feita através do formulário: FOR GCOM 005 - Formulário de Solicitação de Patrocínio

9. Monitoramento das Mídias Sociais

A Unimed Vale do São Francisco faz o monitoramento das redes sociais e, para essa finalidade, conta com o auxílio de uma consultoria especializada em marketing e presença digital. São monitoradas as mídias: Facebook e Instagram. Esse acompanhamento é necessário e importante para identificar casos ou focos de situações que podem comprometer ou lesar a marca, contribuindo para medidas preventivas de gerenciamento de possíveis crises.

Atualmente, a cooperativa utiliza como mídia social oficial o Instagram e o Facebook. A curadoria e produção de conteúdo para esta plataforma é feita pela agência de Comunicação, que pesquisa conteúdos tanto em meios externos quanto dentro da própria cooperativa, a partir do contato/relacionamento ou demanda das demais áreas, que servem como fonte de informação e inspiração.

9.1. Manifestações publicadas nas páginas oficiais da Unimed Vale do São Francisco

Ao receber manifestações de beneficiários ou usuários nos canais mantidos pela cooperativa, a área de Comunicação e Marketing avalia a demanda e faz a tratativa da seguinte forma:

- a) **Manifestação positiva:** envia mensagem de agradecimento e reforça compromisso com a missão e valores do negócio.
- b) **Manifestação neutra:** emite resposta, reação ou ambos, dependendo do assunto, com base nos critérios técnicos do setor.



POLÍTICA INSTITUCIONAL

Padrão nº: POI UNIVSF 002

Estabelecido em: 06/2019

Nº Revisão:
00

Página 11 de 11

Atividade: Política de Comunicação

Responsável: Unimed Vale do São Francisco

- c) **Manifestação negativa:** envia mensagem solicitando número de contato e encaminha para a área de relacionamento com cliente para apuração, tratativa e retorno. Em algumas situações, também orienta a formalizar a manifestação nos canais de relacionamento da cooperativa.

Documentos de Referência para Atendimento às Diretrizes

- DIRETRIZ DE COMUNICAÇÃO DO SISTEMA UNIMED
- MANUAL DE REDAÇÃO DO SISTEMA UNIMED
- Diretriz Nacional de Comunicação do Sistema Unimed, São Paulo, 2017
- Política de Comunicação Institucional – EBSERH, Espírito Santo, 2017
- Política de Posicionamento e Valorização da Marca – UNIMEDBH, Belo Horizonte, 2016

| Item Obsoleto | Atualização |
|---------------|-------------|
| Revisão: | Revisão |