

	<b>POLÍTICA COMUNICAÇÃO</b>	<b>Código:</b> PL-11
		<b>Revisão:</b> 0
		<b>Data:</b> Julho/2023
<b>Classificação:</b> (X) Pública    ( ) Confidencial ( <i>Uso exclusivo da Unimed Limeira</i> )		

## 1. OBJETIVO

A comunicação da Unimed Limeira tem como objetivo principal informar, engajar e estabelecer uma relação transparente com seus públicos, que incluem beneficiários, médicos cooperados, colaboradores, parceiros, comunidade e demais stakeholders. Dessa forma, fortalecendo a reputação da organização, promovendo uma imagem positiva, transmitindo os valores e a cultura corporativa, criando relacionamentos duradouros com os públicos-alvo e apoiando os objetivos estratégicos da organização.

## 2. ABRANGÊNCIA

A Unimed Limeira utiliza diversos canais de comunicação para atingir seus públicos de maneira efetiva, seja interno ou externo. A comunicação da Unimed também destaca seus valores, 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 no país. Abrangendo os seguintes aspectos:

- **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.
- **Mensagens-chave:** Identifica as principais mensagens que a organização deseja transmitir e garante que sejam consistentemente comunicadas em todos os canais de comunicação.
- **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.
- **Canais de comunicação:** Determina os canais de comunicação a serem utilizados, como mídias sociais, site corporativo, boletins informativos, comunicados de imprensa, eventos corporativos, entre outros.
- **Gerenciamento de crises:** Estabelece diretrizes 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.
- **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.

	<b>POLÍTICA COMUNICAÇÃO</b>	Código: PL-11
		Revisão: 0
		Data: Julho/2023
<b>Classificação:</b> (X) Pública    ( ) Confidencial ( <i>Uso exclusivo da Unimed Limeira</i> )		

- **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.

### 2.1. A Comunicação da Unimed Limeira é dividida em:

- Comunicação interna:** Voltada exclusivamente aos públicos de relacionamento interno do Sistema Unimed, como dirigentes, médicos cooperados, enfermeiros, colaboradores, terceirizados e prestadores.
- Comunicação externa:** Voltada aos públicos de relacionamento externo do Sistema Unimed, como beneficiários, clientes corporativos, sociedade em geral, imprensa e órgãos reguladores.
- Comunicação institucional:** Voltada à divulgação da missão, visão, valores e objetivos da Unimed Limeira, bem como das suas ações sociais, ambientais e culturais. Para essa veiculação são usadas as redes sociais da Unimed Limeira e também por meio de um bom relacionamento com a mídia regional ocorre a divulgação das reportagens e entrevistas usando fontes da cooperativa de forma espontânea.
- Comunicação nas mídias sociais:** Voltada à difusão da marca e princípios cooperativistas seguindo os padrões da Unimed do Brasil e em alinhamento ao seu cronograma de Campanhas. Material de interação usando a linguagem dos usuários das redes sociais, porém focado nas diretrizes da marca. Atualmente a Unimed Limeira usa o Facebook, Instagram e YouTube.
- Comunicação e gestão de crise:** esse tipo de comunicação é voltado à prevenção e ao gerenciamento de situações que possam afetar negativamente a imagem e a reputação da Unimed Limeira.

### 3. SIGLAS E DEFINIÇÕES

**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.

**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.

**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.

	<b>POLÍTICA COMUNICAÇÃO</b>	<b>Código:</b> PL-11
		<b>Revisão:</b> 0
		<b>Data:</b> Julho/2023
<b>Classificação:</b> (X) Pública    ( ) Confidencial ( <i>Uso exclusivo da Unimed Limeira</i> )		

**Logomarca ou 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.

#### 4. PRINCÍPIOS

Os Princípios da Política de Comunicação da Unimed Limeira são:

**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.

#### 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.

	<b>POLÍTICA COMUNICAÇÃO</b>	Código: PL-11
		Revisão: 0
		Data: Julho/2023
<b>Classificação:</b> (X) Pública    ( ) Confidencial <i>(Uso exclusivo da Unimed Limeira)</i>		

## 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
<b>MODIFICAÇÕES REALIZADAS:</b>			
Emissão da versão inicial da Política.			
Versão	Elaborador (es)	Verificador (es)	Aprovador (es)
Datas			
<b>MODIFICAÇÕES REALIZADAS:</b>			