

POLÍTICAS E DIRETRIZES INSTITUCIONAIS
LIDERANÇA
POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

1. Objetivo:

A Política de Comunicação e Marketing tem por finalidade estabelecer critérios que orientem a definição de estratégias e a criação de ações de marketing ou de materiais de divulgação da Unimed de Rio Claro SP focada na comunicação de forma responsável, transparente, ética e verdadeira. Assim, colabora para a consolidação, fortalecimento e reputação da Unimed Rio Claro junto ao seu público estratégico e à sociedade em geral.

2. Abrangência:

Esta política aplica-se a todos os diretores, funcionários e serviços terceirizados da Unimed de Rio Claro – SP.

3. Definições:

Como definição a Comunicação é a transmissão de uma mensagem; para isso é necessário um emissor e um receptor. Conseguimos intencionar uma mensagem através da fala, gesto, imagem ou som.

E o marketing como definição é a arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades do mercado por meio de produtos ou serviços que possam interessar aos consumidores.

O material publicitário é a divulgação de materiais desenvolvidos como: flyers, folders, outdoors e anúncios jornais e de revistas. O objetivo da divulgação destes materiais é, principalmente, a melhoria da imagem da empresa no mercado com os consumidores ou que podem ter algum interesse pela marca.

4. Diretrizes:

Regras Gerais

As estratégias e ações de comunicação e marketing da Unimed de Rio Claro devem estar em conformidade com a legislação e as regulamentações vigentes além de seguir as diretrizes:

- Estar alinhadas aos valores corporativos, ao Código de Conduta e às políticas corporativas da Unimed Rio Claro;
- Utilizar-se de informações claras, transparentes e verdadeiras, adotando linguagem adequada para clientes e outros públicos de interesse;
- Não vincular informações distorcidas, enganosas e/ou que estimulem a violência, a discriminação (de sexo, idade, religião etnia, orientação sexual, política, entre outras formas), o medo, o constrangimento e a afronta aos direitos humanos;
- Assegurar o respeito à diversidade;
- Respeitar os espaços públicos, não se utilizando de locais não autorizados ou que interfiram negativamente no cotidiano da comunidade. Nos casos de campanhas pontuais, realizadas em locais públicos, a Unimed de Rio Claro deve se responsabilizar pela limpeza e destinação do resíduo gerado na ação;
- Não utilizar sem prévia autorização e não divulgar imagem, os dados cadastrais de clientes, fornecedores, acionistas, profissionais e de quaisquer outros públicos com quem a Unimed se relacione;
- Difundir a sustentabilidade de forma direta ou indireta, por meio do conteúdo que será divulgado ou da utilização de tecnologias, materiais ou procedimentos alinhados às melhores práticas, sempre que possível;
- Assegurar que pessoas e/ou empresas contratadas para o desenvolvimento e a veiculação de campanhas de comunicação e marketing estejam cientes e alinhados aos preceitos desta Política;
- Desenvolver e manter canais de comunicação e relacionamento entre a Unimed e a imprensa, disseminando informações de interesse público e respeitando a transparência, ética e profissionalismo com o objetivo de preservar a confiança dos colaboradores, clientes e parceiros;
- Aperfeiçoar o fluxo de informações entre a Unimed e seus profissionais, a fim de promover um bom ambiente de trabalho capaz de motivá-los e comprometê-los

com os objetivos estratégicos do negócio, pautado por transparência e confiança mútua.

- ➔ Desenvolver e disponibilizar materiais publicitários de divulgação e marketing em qualquer meio para o departamento de vendas. É vedada a produção de qualquer material por parte do departamento de vendas sem anuência do departamento de marketing. É vedado também a utilização ou menção da marca Unimed em peças eletrônicas, impressas ou de internet sem a devida autorização do departamento de marketing;
- ➔ Coordenar, avaliar e padronizar conforme a necessidade e adequação de conteúdo dos comunicados existentes;
- ➔ Acompanhar, controlar e avaliar a execução das atividades referentes a comunicação, por meio da aferição sistemática dos resultados previstos e alcançados, com base em indicadores de desempenho da comunicação;
- ➔ Fiscalizar a eficácia dos canais de relacionamentos utilizados a fim de viabilizar readequação conforme a necessidade.

Disposições Finais:

O Departamento de Marketing e Comunicação atua de forma a obter o melhor resultado para a consolidação de uma imagem positiva de forma sustentável à Unimed Rio Claro, buscando sempre a capacitação dos funcionários e soluções inovadoras e eficientes, acompanhando o desempenho do mercado sempre alinhado às orientações do Sistema Unimed.

Para o melhor desempenho do departamento, são definidas regras e normas.

5. Documentos Complementares:

Requisição de Marketing

Regras e Normas do Marketing

6. Papéis e responsabilidades:

Gerência de Administração / Operacional

Propor e acompanhar procedimentos que atendam a esta Política e, se necessário, apresentar propostas de atualização e adequação.

Diretoria Executiva

Direcionar e acompanhar o desempenho do Departamento, autorizando ações e indicando estratégias para o seu desenvolvimento.

Agência terceirizada de Comunicação e Marketing

Cumprir com o proposto no contrato de prestação de serviços e esta política.

Técnicos e Assistentes

Cumprir com o proposto em suas descrições de tarefas operacionalizando conforme as diretrizes previstas nesta política primando pelo melhor desempenho do Departamento.

Demais áreas

Seguir as orientações desta política e trabalhar em alinhamento com a área de Marketing.

É responsabilidade de cada departamento manter a equipe de Marketing informada de suas novidades, resultados e participação em eventos.

7. Divulgação da Política:

Através da intranet, site e demais meios de comunicação da empresa

8. Referências:

Estatuto Social e Regimento Interno da Unimed de Rio Claro

Missão, Visão e Valores da Unimed de Rio Claro

Manual de Padronização da Unimed do Brasil

Diretriz Nacional de Comunicação do Sistema Unimed

Leis de Segurança de Informação

Código de Defesa do Consumidor

Regras para publicidade médica (Resolução CFM 1974/11)

Marca de Acreditação OQG (Regras)

Código de Conduta Compliance

Elaboração: Mônica Regina Pinhatti Data: 08/2021	Revisão: Luiza Helena Rocha Data: 31/08/2021
Validação: Luciana Ap. Mendes 08/2021	Aprovação: Dr. José M. Grillo Neto Data: 31/08/2021