

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

1. Objetivo

A Política de Comunicação estabelece as diretrizes de comunicação do Grupo NotreDame Intermédica com seus públicos de interesse. A divulgação de informações ao público externo deve ser criteriosa e, portanto, seguir as regras estipuladas nesta Política.

Promover um processo de comunicação integrado com os diversos públicos, de forma alinhada, tendo como base as diretrizes do Planejamento Estratégico, a Missão e os Valores da Empresa, ampliam a percepção e a reputação positiva do Grupo, além de:

- Ampliar a visibilidade do Grupo.
- Promover a identidade corporativa e sua imagem.
- Assegurar um processo de comunicação eficaz entre a Empresa e seus diversos públicos de interesse.
- Respeitar o direito à confidencialidade e ao tratamento ético de dados de pacientes, criando relações de credibilidade e respeito.
- Estabelecer as diretrizes de comunicação, bem como priorizar as ações que garantam a adequada tradução da cultura do Grupo junto aos diversos públicos e a sociedade.
- Reconhecer a dinâmica de mudanças da sociedade com consequente ampliação do perfil de negócios da Empresa, bem como reconhecer e acompanhar os efeitos da comunicação on-line e o caráter de intercomunicabilidade entre os sujeitos envolvidos na relação de serviço prestado.
- Buscar permanentemente sintonia em relação às expectativas de informação por parte de todos os públicos de interesse.
- Desenvolver uma relação proativa com os órgãos de comunicação social.
- Formar os elementos de sua estrutura com base nos objetivos e requisitos do Sistema de Gestão Assistencial NotreDame Intermédica e em outras ações específicas da atividade de comunicação.

2. Aplicação

Aplica-se a todos os colaboradores do Grupo NotreDame Intermédica, Corpo Clínico, trabalhadores temporários, estagiários, terceiros e prestadores de serviços.

3. Comunicação Externa

3.1 Uso do nome NotreDame Intermédica, Interodonto e NotreLabs

Os nomes, os logotipos e as marcas do Grupo NotreDame Intermédica são bens que devem apenas ser utilizados em prol dos próprios negócios do Grupo e não devem ser usados para benefícios pessoais e de terceiros, nem serem associados a quaisquer finalidades ilícitas, nocivas, indevidas e não autorizadas.

Todos os colaboradores, membros do Corpo Clínico, trabalhadores temporários, estagiários, terceiros e prestadores de serviços devem cuidar para que não haja o uso indevido de formulários, papéis, carimbos que contenham os nomes, as marcas e os logotipos do Grupo, mantendo-os com estrita conservação, guarda e vigilância devidas para zelar pela reputação da marca.

3.2 Canais de Comunicação

Está sob responsabilidade da Diretoria de Marketing a comunicação com os diversos públicos por meio dos seguintes canais de comunicação: Portal Institucional, site das Unidades de Negócio, redes sociais, publicações impressas e eletrônicas, Intranet, apresentações institucionais, TV corporativa, folhetos e assessoria de imprensa.

3.3 Diretrizes de Comunicação Externa por parte do Público Interno

Os colaboradores, integrantes do Corpo Clínico, prestadores de serviços e terceiros são elos importantes na relação do Grupo NotreDame Intermédica com os seus públicos de interesse.

Espera-se que cada colaborador, individualmente, busque se manter informado sobre os propósitos e a Missão do Grupo e que, em seu dia a dia, trabalhe pela concretização desses objetivos, atuando como agente de divulgação das realizações do Grupo.

Todos devem estar conscientes de que a imagem do Grupo NotreDame Intermédica é formada por um amplo conjunto de situações. Dessa forma, as diretrizes listadas abaixo têm o objetivo de conscientizar o público interno, em todos os níveis, para o fato de que a imagem da Empresa se forma também a partir da postura e do comportamento individual, tendo cada colaborador, terceiro, integrante do Corpo Clínico ou prestador de serviço, a responsabilidade de contribuir para a boa imagem do Grupo perante à sociedade.

Condutas:

- Não é permitido a qualquer colaborador divulgar informações consideradas confidenciais ou estratégicas e que não devam ser acessíveis ao público externo. Exemplos de informações confidenciais ou estratégicas: dados e estado clínico de pacientes, cadastro de colaboradores, informações provenientes de contatos com autoridades normativas e órgãos governamentais, informações referentes a contratos e fornecedores, informações financeiras, planos estratégicos, entre outros dados. Mais informações sobre confidencialidade estão disponíveis no Código de Conduta Ética, bem como no CODAME (Comissão de Divulgação de Assuntos Médicos);
- Cada colaborador é responsável pela integridade das informações sob seu controle.
- Em caso de trabalhos acadêmicos realizados pelos colaboradores utilizando o Grupo ou alguma Unidade de Negócio como referência, é permitida apenas a divulgação de dados que estejam nos materiais oficiais e públicos do GNDI;
- Os uniformes dos colaboradores, incluindo os jalecos utilizados pelo Corpo Clínico, também são considerados canais de divulgação da marca. Portanto, desaconselha-se a sua utilização fora das dependências das Unidades de Negócio do Grupo;
- A comunicação dos colaboradores com os diversos públicos externos, independente do formato, deve seguir a padronização definida no Guia da Marca, desenvolvido pela Diretoria de Marketing. Qualquer material impresso ou eletrônico que utilize a marca do

Grupo NotreDame Intermédica ou de uma de suas Unidades de Negócio deve ser aprovado previamente pela Diretoria de Marketing;

- Todas as solicitações de clientes e pacientes sobre informações do Grupo NotreDame Intermédica, seus produtos e serviços, bem como reclamações, elogios e críticas, devem ser encaminhadas ao SAC, responsável pelo tratamento e resposta a todas essas manifestações;
- A Presidência e a Diretoria Jurídica devem ser consultadas antes que qualquer resposta seja dada a indagações de Órgãos Governamentais;
- A divulgação de informações para elaboração de trabalhos e/ou pesquisas, solicitados por médicos, instituições técnicas, laboratórios, hospitais, escolas, estudantes, empresas de pesquisa e consultoria e órgãos públicos (IBGE, Censo etc.), assim como toda a solicitação de troca de informações para finalidade de *benchmarking*, deve ser previamente submetida à aprovação do Diretor da área responsável pelo assunto em questão;
- O conteúdo do site institucional ou dos sites das Unidades de Negócio pode ser reproduzido por outro site desde que tenha prévia autorização da Diretoria de Marketing.

4. Participação em Eventos ou sua Promoção

O Grupo NotreDame Intermédica promove e participa de diferentes eventos (feiras, exposições, seminários, simpósios, congressos, visitas, inaugurações etc.) que se constituem em oportunidades para projetar técnica e institucionalmente o Grupo e, também, promover a interação com seus distintos públicos de interesse.

A decisão de promover ou de participar de eventos deve ser criteriosa e seletiva. O GNDI deve se pautar por uma conduta uniforme e profissional, que pressupõe a definição de critérios e procedimentos básicos relacionados à organização de eventos e a observância de normas de comunicação descritas nesta Política.

A avaliação quanto à participação em eventos, bem como o planejamento e a organização destes, devem ser previamente realizados pelo Diretor da área responsável pelo assunto em questão, para que estejam alinhados às definições estratégicas da Companhia.

5. Comunicação Interna

Qualquer demanda de comunicação para o público interno deverá ser direcionada à Diretoria de Recursos Humanos ou de Marketing.

Somente as Diretorias de Recursos Humanos e de Marketing estão autorizadas a utilizar os canais internos de comunicação: murais, Intranet, revista, newsletter, e-mail marketing, TV Corporativa. Qualquer solicitação de divulgação nesses canais deve ser feita diretamente a essas áreas.

6. Comunicação com a Imprensa

O objetivo da comunicação com a imprensa é tornar o Grupo NotreDame Intermédica uma das mais importantes fontes de informação sobre saúde suplementar do País para os principais veículos de comunicação (jornais, revistas, emissoras de TV, rádios e agência de notícias).

Na relação com a imprensa, fazem-se necessárias as seguintes determinações:

- Toda e qualquer divulgação sobre o Grupo e suas Unidades de Negócio para a imprensa deve passar pela análise da Diretoria de Marketing para que a imagem da Empresa se apresente de forma unificada.
- Não é permitida a utilização de instrumentos institucionais no pronunciamento com a imprensa, exceto se for autorizado pela Diretoria de Marketing.
- Somente os porta-vozes oficiais definidos pela Presidência da Empresa estão autorizados a conceder entrevistas ou informações à imprensa em nome do Grupo.
- Quando procurado diretamente pela imprensa, o porta-voz deve informar ao jornalista que, em razão desta Política, a concessão de entrevistas deve ser precedida por avaliação da assessoria de imprensa. O porta-voz deve, dessa forma, solicitar o telefone de contato do repórter e transmitir essa informação à assessoria de imprensa ou Diretoria de Marketing para que as devidas providências sejam tomadas.
- Os porta-vozes devem ter ciência de que, no momento da entrevista, sua palavra, postura, segurança, seu domínio da informação e sua capacidade de contornar uma situação delicada refletem a imagem da Empresa para o jornalista.
- Os especialistas entrevistados devem estar muito bem informados sobre o assunto a ser tratado, pois toda informação dita por eles será considerada oficial, ou seja, representa a posição do Grupo NotreDame Intermédica acerca do tema.
- Não é permitido aos porta-vozes ou a qualquer outro colaborador do GNDI cobrar da imprensa espaço em matéria, utilizando como argumento eventual promessa de publicação de anúncios do Grupo naquele veículo.
- Não é permitido aos porta-vozes ou a qualquer outro colaborador da Companhia ofertar presentes ou vantagens aos jornalistas em troca de veiculação de matérias do Grupo.
- Colaboradores que concederem entrevistas, publicarem artigos ou utilizarem qualquer outra forma de manifestação pessoal devem preservar os interesses e a imagem do Grupo.
- Não é permitido se pronunciar sobre informações estratégicas e de caráter sigiloso, exceto com autorização específica e formal da Presidência.
- Não é permitido aos porta-vozes entrarem em contato diretamente com o jornalista para agradecer a publicação de matéria ou para reclamar a não publicação ou divergência das informações da entrevista concedida. Caso haja divergência de informações publicadas pela imprensa após a entrevista, o porta-voz deve informar à assessoria de imprensa ou à Diretoria de Marketing que tomarão as providências necessárias.
- Não é permitido aos porta-vozes falar da concorrência para a imprensa ou solicitar ao jornalista que mostre o que escreveu sobre sua entrevista antes de publicá-la.
- O atendimento à imprensa deve ser feito sem escala de prioridade ou importância em termos de veículos e jornalistas, de modo que qualquer órgão de imprensa (local ou nacional, baixa tiragem ou grande tiragem) ou jornalista (conhecido ou não), mereça a

mesma atenção e empenho por parte do Grupo.

- Caso algum veículo de imprensa procure diretamente alguma Unidade de Negócio do Grupo NotreDame Intermédica sem agendamento prévio, a Diretoria de Marketing deve ser comunicada imediatamente. Nenhum colaborador que não seja dessa área pode autorizar a entrada de veículos de imprensa nas Unidades.
- Caso identifique qualquer informação incorreta referente ao Grupo nos veículos de imprensa, o colaborador deve comunicar a Diretoria de Marketing.

7. Redes Sociais

Os perfis oficiais do Grupo NotreDame Intermédica nas redes sociais têm por objetivo levar informação qualificada e de excelência sobre as áreas de atuação de suas Unidades de Negócio.

- Os perfis oficiais do Grupo, nas redes sociais Youtube e LinkedIn, são administrados pela Diretoria de Marketing, que segue cronogramas e determinações previamente estabelecidos para todo e qualquer tipo de interação envolvendo o nome da Companhia.
- Casos de reclamações ou críticas divulgadas nas redes sociais por Clientes, pacientes ou qualquer outro público são tratadas e respondidas pela Diretoria de Marketing em conjunto a Ouvidoria e a Diretoria Médica.
- O Grupo NotreDame Intermédica estimula o uso das redes sociais por parte de seus colaboradores desde que sejam cumpridos os princípios alinhados aos Valores da Empresa e seguidos o Código de Conduta Ética da Instituição e a Norma de Segurança da Informação da Diretoria de Sistemas e Informática. É considerada responsabilidade do colaborador toda publicação realizada por ele nas redes sociais.;
- O colaborador deve observar a Política de Segurança da Informação da Diretoria de Sistemas e Informática referente à utilização de equipamentos e rede durante o período de trabalho.;
- Responsabilidade, bom senso e respeito são valores que devem guiar o comportamento dos colaboradores, médicos, prestadores de serviço e terceiros do Grupo NotreDame Intermédica nas redes sociais. Para isso, fazem-se necessárias as seguintes determinações:
 - É permitido aos colaboradores apoiar ações desenvolvidas pelo Grupo nos perfis oficiais da Empresa, compartilhando as publicações; e divulgar informações públicas disponíveis tanto nas redes sociais quanto no site institucional.
 - É permitido que o colaborador preencha no seu perfil campos como empresa em que trabalha e o cargo.
 - Informando ou não em seu perfil o vínculo com o Grupo, não é permitido ao colaborador divulgar nas redes sociais imagens/fotos e informações que denigram a reputação do Grupo.
 - É permitido publicar e divulgar fotos do Grupo desde que não sejam ofensivas e que preservem a identidade visual da Empresa, bem como seja autorizada por todos os que nela estiverem.
 - Não são permitidos insultos, ofensas, racismo, xenofobia, qualquer forma de violência, discriminação ou atividade ilegal, podendo o colaborador responder legalmente por suas publicações, bem como são proibidas ofensas ao Grupo, Clientes, colaboradores, parceiros, fornecedores ou concorrentes.

- Não é permitido falar em nome do Grupo nas redes sociais, a não ser que seja autorizado formalmente pela Diretoria de Marketing.
- Não é permitido oferecer conselhos médicos, seja por mensagens privadas ou públicas.
- Não é permitido publicar ou compartilhar fotos ou vídeos com Clientes nas dependências das Unidades de Negócio. Para a publicação de fotos ou vídeos realizados nas instalações do Grupo é necessária a autorização dos envolvidos por meio de documento oficial de responsabilidade da Diretoria de Marketing.
- Não é permitido aos colaboradores publicar informações sigilosas sobre o Grupo, suas atividades na Empresa, colegas de trabalho ou Clientes.
- Não é permitido aos colaboradores do Grupo se cadastrar nas mídias sociais com e-mail profissional.
- Não é permitida a criação de perfis, grupos e blogs relacionados ao Grupo sem a autorização da Diretoria de Marketing.
- Desaconselha-se aos colaboradores publicar em seu perfil contatos como e-mail, telefone e endereço, bem como a participação em movimentos que tenham impacto negativo para o Grupo.
- Caso localize qualquer menção negativa referente ao Grupo NotreDame Intermédica o colaborador deve comunicar imediatamente à Diretoria de Marketing.

8. Divulgação e disseminação da Política

É competência de todos os gestores fazer com que suas equipes tomem conhecimento formal desta Política, inclusive aqueles que vierem a ser contratados após sua publicação.

As regras desta política aplicam-se também a todos os fornecedores e prestadores de serviços do Grupo NotreDame Intermédica, que devem seguir cada um dos itens, bem como realizar *report* à Diretoria de Marketing de todas as atividades desenvolvidas.