

### **Política de Comunicação**

#### **1. OBJETIVOS:**

Promover a comunicação integrada entre o Hospital e Maternidade de Anchieta-MEPES com os seus públicos de relacionamento, de forma alinhada, coordenada e sinérgica, tendo como base as diretrizes da Visão Estratégica ( Missão, Visão e Valores ), visando ampliar a percepção da marca e a reputação corporativa.

#### **2. VALORES:**

- Participação Comunitária.
- Honestidade.
- Transparência.
- Cooperação.
- Eficiência.
- Inovação.

#### **3. DIRETRIZES**

As diretrizes apontam os caminhos que devem orientar os procedimentos de comunicação, em conformidade com a Visão Estratégica do Hospital e Maternidade de Anchieta-MEPES, evitando-se, assim, a duplicidade de esforços, bem como o desperdício de recursos, e consolidando-se a missão e os valores perante os diversos públicos.

- Credibilidade - desenvolver ações de comunicação que preservem e garantam a credibilidade do Hospital e Maternidade de Anchieta-MEPES perante seus públicos;
- Otimização - identificar as ações e campanhas que possam ser veiculadas conjuntamente, otimizando esforços e recursos.
- Democratização - fomentar estratégias e ações de comunicação integrada que garantam para todos o conhecimento e o acesso à informação;
-

- Planejamento - registrar, por meio de planos de ação, os procedimentos e atividades que sustentarão, na prática, o processo de comunicação;
- Monitoramento - desenvolver indicadores de comunicação e relatórios de desempenho que sirvam para avaliar os procedimentos e atividades que sustentarão, na prática, o processo de comunicação integrada.

#### **4. PROCESSO**

A comunicação do Hospital e Maternidade de Anchieta-MEPES é formada pelos processos listados a seguir, os quais se referem ao fluxo de trabalho.

- Gestão da Comunicação
- Gestão de Conteúdo
- Comunicação Interna
- Relação com a Imprensa
- Comunicação Institucional
- Comunicação com a Comunidade

#### **5. PROCEDIMENTOS GERAIS**

##### **5.1. Comportamento da direção**

Garantir a implantação, manutenção, ampliação e agilidade dos fluxos de comunicação entre a Instituição, os colaboradores e a sociedade.

##### **5.2. Comportamento gerencial**

A Diretoria responde pela qualidade e intensidade dos fluxos de comunicação na Instituição, e devem, portanto, participar ativamente da Política de Comunicação Integrada.

##### **5.3. Comportamento da área de comunicação**

Atuar como coordenador/ gestor da implementação e manutenção desta Política.

##### **5.4. Princípio das crenças**

Utilizar na construção de todos processos de comunicação, as seguintes evidências: Quantidade, Qualidade, Tempo, Importância.

## 6. GLOSSÁRIO

### **Ações Promocionais**

Ações desenvolvidas com o objetivo de chamar a atenção sobre o que se quer comunicar (planos, produtos, projetos, programas, situações etc.). Nem sempre envolvem dispêndio financeiro.

### **Clipping**

Atividade de coleta de textos e imagens em veículos de comunicação com o objetivo de monitorar temas de interesse da organização com potencial para afetar seus negócios e sua imagem institucional.

### **Eventos Patrocinados**

Ação promocional, caracterizada pela participação em projetos criados por terceiros, ou produzidos por eles a pedido da organização, mediante aquisição de cotas de patrocínio, que podem ser parciais ou totais.

### **Eventos Promovidos**

Ações promocionais de natureza interna ou externa, realizadas por iniciativa e recursos próprios.

### **Canais de comunicação**

Todos os meios que podem ser utilizados para a comunicação da organização com seus públicos.

### **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 de suas ações de comunicação interna e externa.

### **Reputação**

Opinião do público em relação a uma empresa. É importante ferramenta de controle da imagem corporativa.