



# Política de Comunicação



# POLÍTICA INSTITUCIONAL – POI IAG 002

## POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

### 1. OBJETIVO

Esta Política tem como objetivo estabelecer **princípios, diretrizes e boas práticas** para a comunicação institucional do Grupo IAG Saúde, promovendo alinhamento, consistência e integridade em todos os pontos de contato com os públicos estratégicos.

A comunicação é tratada aqui como uma **função estratégica** da organização, responsável por **fortalecer a reputação institucional, proteger a identidade das marcas, apoiar a geração de valor social em saúde e amplificar os resultados** gerados pelas nossas soluções.

Além de garantir coerência nas mensagens, esta política orienta o relacionamento ético, transparente e efetivo com diferentes audiências, reforçando o compromisso do Grupo com impacto social, inovação e integridade.

### 2. ABRANGÊNCIA

Aplica-se a todos os colaboradores do Grupo IAG Saúde, bem como a fornecedores críticos, parceiros comerciais, prestadores de serviço e demais envolvidos na criação, revisão, aprovação ou disseminação de conteúdos institucionais — internos ou externos.

### 3. SIGLAS E DEFINIÇÕES

- **FIB** – Felicidade Interna Bruta
- **ESG** – Environmental, Social and Governance (Ambiental, Social e Governança)
- **ODS** – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ONU)
- **DRG** – Diagnosis Related Groups (Grupos de Diagnóstico Relacionados)
- **GPTW** – Great Place to Work
- **Comitê SIGO** – Comitê do Sistema Integrado de Governança Corporativa do Grupo IAG Saúde
- **Comunicação** – Troca de informações que ajuda a alinhar propósitos e construir confiança.
- **Comunicação institucional** – Tudo que é comunicado em nome da organização, reforçando sua imagem e valores.
- **Comunicação interna** – Voltada para o público interno, fortalece o alinhamento e o engajamento.

- **Comunicação externa** – Voltada para públicos fora da organização, como clientes, imprensa e sociedade.
- **Marketing** – Estratégias para entender o público, criar soluções e comunicá-las de forma eficaz.
- **Posicionamento de marca** – A forma como a organização quer ser percebida, refletindo seu propósito e diferenciais.

### 3.1 SOBRE A GESTÃO DA COMUNICAÇÃO NO GRUPO IAG SAÚDE

Para fins desta Política, considera-se como **Time de Comunicação** o conjunto de profissionais envolvidos na **definição, execução e aprovação** das ações de comunicação institucional. Esse time é composto por:

- **Presidência** – responsável pelo direcionamento estratégico e institucional da comunicação
- **Diretoria Executiva** – responsável pela operacionalização das ações, solicitações de campanhas, materiais e aprovações
- **Equipe técnica de comunicação** – formada por agência de comunicação digital e fornecedores especializados, responsáveis pela criação de peças, identidade visual, execuções criativas e desdobramentos técnicos
- **Outros profissionais de comunicação** – como consultores, curadores e especialistas em comunicação e marketing, que participam de momentos-chave de definição de campanhas e posicionamento de marca

Sempre que mencionado nesta Política, o termo Time de Comunicação refere-se a esse conjunto integrado de agentes responsáveis pela comunicação institucional do Grupo IAG Saúde.

## 4. DIRETRIZES

### 4.1. PRINCÍPIOS NORTEADORES

A comunicação institucional do Grupo IAG Saúde será sempre:

- **Clara, objetiva e transparente**, mesmo ao tratar de temas complexos ou técnicos

- **Alinhada ao propósito e posicionamento** do Grupo, com foco na entrega de valor social em saúde
- **Coerente com a identidade de marca**, respeitando a linguagem, o tom de voz e os atributos definidos para cada marca do portfólio
- **Ética e responsável**, respeitando a legislação vigente, a segurança e privacidade da informação, as boas práticas de compliance e os códigos internos de conduta
- **Direcionada ao público correto**, com linguagem adequada a cada canal, contexto e interlocutor
- **Integrada à estratégia da organização**, apoiando seus objetivos institucionais, comerciais, regulatórios, educacionais e de impacto social

## 4.2 COMUNICAÇÃO DE CRISES OU TEMAS SENSÍVEIS

Situações críticas que envolvam **riscos à reputação da organização** devem seguir **fluxos específicos de comunicação**, coordenados pelo Time de Comunicação, conforme definido no início desta Política.

As mensagens devem ser **únicas, consistentes e alinhadas com os valores da organização**, protegendo a confiança das partes interessadas. Nenhum colaborador está autorizado a emitir posicionamentos oficiais em nome do Grupo sem orientação prévia.

Questões sensíveis ou que envolvam dilemas éticos, impactos reputacionais, riscos legais e decisões estratégicas devem ser levadas ao **Comitê SIGO** — instância responsável pela gestão da governança corporativa do Grupo IAG Saúde, incluindo o acompanhamento de políticas, indicadores e riscos organizacionais.

## 4.3 COMUNICAÇÃO DO SIGO

O **Comitê SIGO** é responsável pelo **planejamento, elaboração e verificação da eficácia das ações de comunicação** referentes ao Sistema Integrado de Governança do Grupo IAG Saúde.

Em conformidade com a **ISO 37301:2021**, a comunicação é parte essencial da efetividade do **sistema de gestão de compliance**. Isso inclui a definição clara do que, quando, como e com quem comunicar, considerando barreiras, diversidade e o engajamento das partes interessadas. Cabe ao comitê assegurar que:

- a cultura, os objetivos e as obrigações de compliance sejam amplamente comunicados;
- as informações compartilhadas sejam confiáveis, consistentes e documentadas, quando necessário;
- haja canais que permitam a contribuição ativa e o levantamento de preocupações por parte dos colaboradores;
- as comunicações internas e externas reflitam os princípios do sistema e promovam sua melhoria contínua.

Além disso, em consonância com a **ISO 27001:2022**, a **segurança e a privacidade da informação** são um dos pilares estruturantes do SIGO e estão diretamente integradas ao processo de comunicação. Isso significa que:

- todos os canais, fluxos e conteúdos de comunicação são avaliados sob a perspectiva da confidencialidade, integridade e disponibilidade das informações;
- há diretrizes específicas para proteger dados sensíveis, minimizar riscos e evitar vulnerabilidades, seja no ambiente digital ou impresso;
- a cultura de segurança é constantemente reforçada nas mensagens transmitidas, na condução dos canais oficiais e na postura esperada dos colaboradores;
- a comunicação é utilizada como ferramenta estratégica para disseminar boas práticas de proteção de dados e de governança da informação.

A conformidade com as normas ISO reforça a **responsabilidade do Grupo IAG Saúde com uma comunicação ética, segura e alinhada ao propósito da marca** — promovendo confiança, integridade e impacto positivo em todos os públicos com os quais nos relacionamos.

#### 4.4 GESTÃO DE MARCAS E IDENTIDADE INSTITUCIONAL

O Grupo IAG Saúde possui um portfólio de marcas que representa sua atuação institucional e a estrutura de soluções que compõem o guarda-chuva da Plataforma Valor Saúde Brasil. A descrição completa de cada marca — incluindo função, foco principal, público-alvo, logotipo oficial e diretrizes de uso — está centralizada no **Portfólio de Marcas do Grupo IAG Saúde**, documento interno e restrito.

Esse portfólio deve ser consultado **sempre que um colaborador, fornecedor, parceiro ou cliente precisar utilizar qualquer marca do Grupo**, seja em materiais gráficos, apresentações, sistemas, campanhas, propostas ou eventos.



## POLÍTICA INSTITUCIONAL – POI IAG 002

### POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

⚠ **Importante:** o Portfólio de Marcas é de **acesso exclusivo ao público interno**. Fornecedores, parceiros e clientes não podem acessar diretamente o documento nem utilizar qualquer marca do Grupo sem autorização expressa do Grupo IAG Saúde.

Nesses casos, cabe ao **colaborador responsável pelo projeto ou relacionamento:**

- Garantir que o uso da marca esteja devidamente autorizado;
- Compartilhar os arquivos corretos diretamente com o parceiro, fornecedor ou cliente;
- Orientar quanto ao uso adequado, conforme as diretrizes estabelecidas no portfólio.

Todos os logotipos e elementos de identidade visual devem ser utilizados **somente a partir do repositório oficial indicado no Portfólio**, sendo vedado o uso de versões não autorizadas ou obtidas por outros meios.

O Time de Comunicação é responsável por manter o portfólio atualizado, orientar a aplicação das marcas e aprovar todo material institucional em que elas estejam envolvidas.

#### 4.5 USO DE REDES SOCIAIS E CANAIS DIGITAIS

As redes sociais e demais canais digitais são ferramentas estratégicas de relacionamento institucional e **devem seguir o planejamento editorial definido pelo Grupo IAG Saúde**.

Todo conteúdo divulgado nesses canais deve:

- Ser previamente validado pelo Time de Comunicação
- Estar alinhado à identidade visual e à linguagem institucional
- Evitar abordagens pessoais, sensacionalistas ou que comprometam a imagem da organização

Colaboradores só devem interagir publicamente com conteúdos institucionais mediante orientação e autorização prévia do Time de Comunicação.

#### 4.6 USO DE FONTE INSTITUCIONAL E PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS

A participação em eventos externos com exposição de **marca, dados, conteúdos institucionais ou posicionamentos técnicos** deve:

- Ser previamente comunicada ao Time de Comunicação
- Seguir os padrões visuais e de linguagem da apresentação institucional
- Estar alinhada com os objetivos, princípios e mensagens da organização
- Ser conduzida por profissionais formalmente autorizados a representar o Grupo IAG Saúde

A utilização de qualquer marca ou material institucional em eventos deve respeitar as diretrizes previstas no Portfólio de Marcas.

#### 4.7 APROVAÇÃO DE MATERIAIS INSTITUCIONAIS

Todo material institucional — **técnico, comercial, educativo ou informativo** — deve ser aprovado previamente pelo Time de Comunicação, com o objetivo de garantir:

- Aderência às diretrizes de marca (visuais e verbais)
- Clareza, ética e responsabilidade no conteúdo e na linguagem
- Padronização visual e textual em todos os formatos
- Conformidade com os princípios de compliance e demais políticas internas

Essa aprovação também se aplica a peças produzidas por fornecedores, parceiros e clientes, sempre que envolverem o nome ou as marcas do Grupo IAG Saúde.

#### 4.8 DIREITOS AUTORAIS E PROPRIEDADE INTELECTUAL

O Grupo IAG Saúde respeita integralmente os **direitos autorais e a propriedade intelectual de terceiros**, reconhecendo sua importância para a **integridade científica, ética e legal** de toda comunicação institucional.

Da mesma forma, espera-se que todas as pessoas e instituições que interajam com os materiais produzidos pelo Grupo também respeitem essas diretrizes. Isso inclui conteúdos como **textos, vídeos, apresentações, e-books, imagens, diagramas, marcas** e demais produções autorais.

As diretrizes adotadas são:

- Utilizamos apenas duas licenças: Copyright © (restrição total) e Creative Commons – CC BY-NC-SA
- Todo material deve exibir, de forma visível, o tipo de licença aplicada
- O uso de imagens, vídeos, áudios e referências bibliográficas segue normas específicas e padronizadas
- É obrigatório solicitar autorização formal ao Time de Comunicação para qualquer compartilhamento, edição ou uso comercial dos conteúdos produzidos pelo Grupo
- O uso de produções de terceiros também deve observar boas práticas de citação, referência e licenciamento

Essas diretrizes visam proteger tanto os autores quanto a reputação institucional, sendo de responsabilidade compartilhada entre todos os colaboradores, fornecedores e parceiros envolvidos com a comunicação da organização. As orientações completas sobre o cumprimento das regras de direitos autorais estão descritas no documento PRS IAG 072 – Cumprimento das Regras de Direitos Autorais, acessível a todos os colaboradores.

#### 4.9 APERFEIÇOAMENTO E ACOMPANHAMENTO

Esta Política será revisada periodicamente para garantir seu alinhamento com a estratégia institucional, as boas práticas de mercado e as evoluções na comunicação organizacional e digital.

A responsabilidade por sua atualização é do Time de Comunicação, conforme definido nesta Política, com apoio das áreas estratégicas e instâncias de governança do Grupo IAG Saúde.

Em caso de dúvidas, sugestões ou solicitações relacionadas à comunicação institucional, entre em contato com o Time de Comunicação pelo e-mail: [mkt@grupoiagsaude.com.br](mailto:mkt@grupoiagsaude.com.br).

#### 4.10 Administração desta política

Incentivamos os clientes, colaboradores, fornecedores e parceiros comerciais a comunicarem supostas violações destas diretrizes no Canal de Ouvidoria do Grupo IAG



## POLÍTICA INSTITUCIONAL – POI IAG 002

### POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

Saúde que se encontra na página de formulários de contato, no site do Grupo IAG Saúde: <https://grupoiaagsaude.com.br/contato-e-ouvidoria/>.

O Grupo IAG Saúde está comprometido em proteger de retaliação qualquer pessoa que, agindo de boa-fé, registre uma denúncia ou ajude em uma investigação, incluindo, mas não se limitando a: suspensão, assédio, ameaças, intimidação, coação, perda de benefícios, demissão ou qualquer outra forma de discriminação ou punição.

A ação ou a conivência que impliquem em desobediência ou inobservância das diretrizes desta política são consideradas infrações. As penalidades a que os infratores estão sujeitos são:

- Advertência
- Suspensão
- Demissão por justa causa
- Rescisão contratual

Declaramos que este documento é a cópia fiel da Política, aprovada pela Diretoria.

Quaisquer dúvidas sobre a aplicação desta Política deverão ser reportadas à área de Compliance, através do e-mail [compliance@grupoiaagsaude.com.br](mailto:compliance@grupoiaagsaude.com.br).

## 5. REGISTROS

São considerados registros desta Política os documentos e materiais que comprovam, organizam e acompanham as atividades de comunicação e marketing do Grupo IAG Saúde. Entre eles:

- Planilhas de indicadores e metas de comunicação
- Listas de contatos institucionais e de público interno
- Registros de acessos e desempenho de canais digitais
- E-mails corporativos relacionados à comunicação institucional
- Documentos com sugestões de pauta e conteúdos produzidos
- Pesquisas e formulários aplicados em campanhas internas
- Atas de reuniões com participação do Time de Comunicação
- PRS IAG 072 – Cumprimento das Regras de Direitos Autorais
- Portfólio de Marcas do Grupo IAG Saúde

## 6. REFERÊNCIAS

- Agenda 2030 da ONU e os 17 ODS
- Conteúdos de capacitação e treinamentos internos
- Curso online *Social Impact Strategy: Tools for Entrepreneurs and Innovators (Estratégia de Impacto Social: Ferramentas para Empreendedores e Inovadores)*, da University of Pennsylvania
- Livro *A revolução silenciosa da saúde no Brasil*, de Tania Grillo, Renato Couto e Paula Daibert
- Livro *The Future of Purpose-Driven Branding (O futuro do branding orientado por propósito)*, de David Aaker
- Materiais de comunicação e marketing desenvolvidos pelo Grupo IAG Saúde, como peças gráficas, apresentações e campanhas institucionais
- Sites e canais digitais do Grupo
- ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. ABNT NBR ISO/IEC 37301 Sistema de gestão de compliance – Requisitos com orientações para uso. ABNT, 2021.
- ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. ABNT NBR ISO/IEC 27001:2022 Versão Corrigida 2023 Segurança da informação, segurança cibernética e proteção à privacidade — Sistemas de gestão da segurança da informação — Requisitos. ABNT, 2022
- ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. ABNT NBR ISO/IEC 27002:2022 Segurança da Informação, segurança cibernética e proteção à privacidade – Controles de segurança da informação. ABNT, 2022.