



Bem-vindo ao sistema Unimed.



## Índice

Palavras do <b>Presidente</b> .....	06
<b>Princípio 1</b> Integridade, respeito às leis vigentes no país e às normas internas .....	10
<b>Princípio 2</b> Proteção ao patrimônio físico, moral e intelectual da Unimed .....	12
<b>Princípio 3</b> Relacionamento com os cooperados .....	14
<b>Princípio 4</b> Valorização do capital humano .....	16
<b>Princípio 5</b> Compromisso com os clientes .....	20
<b>Princípio 6</b> Respeito ao meio ambiente .....	24
<b>Princípio 7</b> Uso das informações e dos meios de informática .....	26
<b>Princípio 8</b> Relacionamentos externos construtivos .....	30
<b>Glossário</b> .....	36
<b>Protocolo</b> .....	39

## Palavras do Presidente

### Em prol da ética nas relações de trabalho

Cinco anos após o lançamento do Código de Conduta Profissional, a Unimed do Brasil percebeu a necessidade de revisão desta publicação e de sua repaginação – incluindo nela a inserção de novos itens e a adaptação de outros, além da mudança do título para Código de Conduta da Unimed. Este trabalho foi aberto à participação dos colaboradores, já que são eles os grandes observadores e, ao mesmo tempo, os protagonistas das relações cotidianas de trabalho.

Sabe-se que, no ambiente corporativo, convivem entre si pessoas de diferentes culturas, costumes e visões de mundo.

Embora a diversidade seja muito bem-vinda e até estimulada pelos dirigentes da empresa, precisamos estabelecer regras de conduta que sejam pautadas pela ética nas relações.

Este pequeno guia busca trazer algumas direções que norteiam o dia-dia das pessoas que estão inseridas, direta ou indiretamente, no universo da Unimed. Ele é dividido em oito princípios, explicados e detalhados nas páginas seguintes.

"Integridade, respeito às leis vigentes no país e às normas internas" é o primeiro deles, seguido por "Proteção ao patrimônio físico, moral e intelectual da Unimed". Ao virar a página, o leitor irá encontrar o item "Relacionamento com cooperados", e depois o quarto princípio, intitulado "Valorização do capital humano". Este último contém dois subitens, que estabelecem algumas regras e também os "Deveres especiais dos cargos de liderança".

O quinto princípio diz respeito ao "Compromisso com os clientes", o sexto discorre sobre o "Respeito ao meio ambiente" e o sétimo aborda o "Uso das informações e dos meios de informática". O oitavo e último item orienta a conduta necessária para "Relacionamentos externos construtivos", e elenca alguns âmbitos para sua prática: cooperativas Unimed; Prestadores de Serviços, Fornecedores e Parceiros; Comunidade; Mídia; Governo, Órgãos Governamentais, Setor Público e Partidos Políticos; Sindicatos e Associações de Classe; e Concorrentes.

Esperamos que, com este material, possa ser elevado o nível de confiança e de bom relacionamento entre administradores, cooperados e colaboradores, além das outras partes interessadas. Isso só será possível se as ideias aqui contidas forem assimiladas e colocadas em prática.

**Eudes de Freitas Aquino**  
Presidente da Unimed do Brasil

## Mensagem do Diretor de Marketing e Desenvolvimento

Esta versão do Código de Conduta emana do exercício da democracia, uma vez que no momento de sua atualização foi dado o direito de voz a todos os colaboradores das Singulares e Federações do Sistema Unimed, que puderam assim contribuir com sugestões que, após serem analisadas, resultaram nesta importante ferramenta de gestão e de realização dos princípios, visão e missão da nossa marca.

Aliás, o próprio processo de adesão das Cooperativas a este movimento denota o quão engajadas elas estão no processo de orientar as ações, condutas e responsabilidades de seus dirigentes, cooperados e colaboradores com os diferentes públicos com os quais se relacionam, bem como de mostrar à sociedade os valores que regem suas atividades, tornando transparente esse cuidado.

Por fim, gostaria de pontuar que ao registrarmos neste Código os princípios éticos de nossa organização, também explicitamos a nossa cultura organizacional e protegemos o seu recurso mais precioso: a sua reputação.

Aucélio Melo de Gusmão  
Diretor de Marketing e Desenvolvimento da Unimed do Brasil

## O que é o Código de Conduta



É um instrumento destinado a aprimorar os relacionamentos internos e externos das cooperativas do Sistema Unimed, princípios que norteiam a conduta de colaboradores, dirigentes e cooperados que ocupam cargos administrativos, perante suas partes interessadas.

### O que ele reflete

O código reflete os pilares de comportamento moral e os princípios éticos declarados na "Missão, Visão e Valores" das cooperativas.

### Aplicabilidade

O código de conduta é um guia de referência para as iniciativas e decisões pessoais e profissionais, funcionando como um norteador da conduta esperada de cada membro da organização. Cabe às diretorias e àqueles que exercem cargos de liderança a divulgação para os públicos de interesse da Unimed, zelando pelo seu cumprimento.

### Gerenciamento

O gerenciamento deve ser responsabilidade de cada cooperativa Unimed por meio de um Comitê ou Comissão, com a finalidade de promover a sua divulgação analisando e corrigindo as possíveis violações.

# Princípio 1

Integridade, respeito  
às leis vigentes no  
país e às normas  
internas

*A atuação da Unimed obedecerá às leis vigentes no país, sendo que a legalidade de qualquer iniciativa ou projeto deverá ser a primeira preocupação de nossos cooperados, administradores e colaboradores. Violações deste princípio podem comprometer o relacionamento profissional dessas pessoas com a organização, sujeitando-as às penalidades compatíveis com a gravidade das ações. Portanto, são nossas obrigações:*

1. Obedecer às leis do país, com ênfase àquelas ligadas à nossa atividade, como a Legislação sobre os Planos de Saúde (nº 9.656/98), ANVISA, Código de Defesa do Consumidor.
2. Respeitar rigorosamente normas e políticas internas que contemplem critérios claros de relacionamento entre as áreas, além dos direitos e deveres dos colaboradores, orientando-nos pelos valores e princípios básico do cooperativismo.
3. Respeitar rigorosamente o Manual de Intercâmbio, assim como todos os normativos que regem as relações entre as cooperativas Unimed.
4. Em situações em que haja conflitos de interesse entre administradores, cooperados, colaboradores e os públicos de relacionamento da organização, garantir que prevaleçam os objetivos da cooperativa sobre públicos envolvidos, com respeito às regras de governança corporativa da Unimed.
5. Não utilizar os recursos ou a estrutura da Unimed para fins pessoais ou benefícios de terceiros. Não usar a instituição ou cargo para obtenção de vantagens pessoais de qualquer natureza.





## Princípio 2

Proteção ao  
patrimônio físico,  
moral e intelectual  
da Unimed

*Além de cuidar da preservação de seu patrimônio físico, a Unimed tem entre os seus maiores ativos: a marca e reputação, sem contar a importância dos procedimentos desenvolvidos internamente, as licenças e concessões, os direitos autorais, entre outros. São nossos deveres:*

1. Zelar pela integridade da imagem, do patrimônio e da marca Unimed.
2. É imprescindível que cada usuário zele pelos equipamentos ou materiais que estão dentro das instalações da organização.
3. Utilizar ou divulgar a marca de acordo com o BrandCenter e o Manual de Operacionalização da Marca. Eventuais dúvidas devem ser esclarecidas junto à área de Marketing da Unimed do Brasil, responsável pela sua gestão.
4. Resguardar os interesses e a imagem do Sistema Unimed em entrevistas, artigos, redes sociais ou qualquer outra forma de comunicação ou manifestação pública de caráter pessoal, contribuindo para fortalecer a reputação da organização, assim como a de seus administradores, cooperados e colaboradores. Além disso, devemos proteger as informações e licenças de nossas partes interessadas e lidar com informações privilegiadas de forma apropriada e de acordo com as leis vigentes.



## Princípio 3

### Relacionamento com os cooperados

*Os cooperados formam os alicerces do Sistema Unimed e, por isso, o bom relacionamento com eles e entre eles é imprescindível para o êxito e perenidade de nossas atividades. Devemos, portanto:*

1. Defender os interesses dos cooperados, desde que estejam alinhados aos princípios da cooperativa, buscando boas condições de trabalho e justa remuneração.
2. Conscientizar o cooperado da importância de sua participação nas decisões da cooperativa, fazendo-o entender que isso o beneficiará diretamente.
3. Incentivar a participação dos cooperados nas decisões da cooperativa.
4. Prestar aos cooperados orientações e informações claras e confiáveis, de forma transparente, bem como estabelecer um canal de comunicação eficaz para a divulgação de informações sobre a Unimed.
5. Promover programas de educação continuada, sobretudo os que estimulem a cultura do cooperativismo, a partir de seus princípios básicos e técnicos.
6. Buscar meios para que o cooperado faça a sua parte, zelando pelo seu patrimônio e sua carteira de clientes.
7. Exigir dos cooperados o estrito cumprimento dos seus deveres como médicos cooperados, em todas as atividades que constituem o objeto da Unimed.





## Princípio 4

### Valorização do capital humano

*A Unimed reconhece o capital humano como fator chave para o êxito da organização. Portanto, é fundamental a manutenção de equipes preparadas, motivadas e em contínuo processo de aprimoramento profissional. Portanto, devemos:*

1. Estimular o trabalho em equipe, com respeito à individualidade e à busca de consenso entre as pessoas.
2. Contribuir para um ambiente sadio, estimulante e democrático, no qual seja respeitado o direito à negociação coletiva e à liberdade de opinião, expressão e associação.
3. Disponibilizar canais formais de escuta para acolher e processar as sugestões, visando a melhorias dos processos internos de gestão.

**Regras:**

- Cumprir normas e políticas internas, com critérios claros de relacionamento entre as áreas, de direitos e deveres dos colaboradores, de modo a criar sinergia entre toda a diversidade contida na empresa.
- Tratar com respeito todas as pessoas envolvidas nas relações internas, independentemente do cargo ou posição hierárquica.



- Prover garantias para a Unimed e proteger a confidencialidade de todos os envolvidos em denúncias éticas, visando preservar direitos e proteger a neutralidade das decisões.

- São proibidas: a ingestão de bebidas alcoólicas no horário de trabalho e a entrada de colaboradores em estado de embriaguez na empresa.

- É proibido o uso ou o porte de drogas, assim como é proibida a permanência, no ambiente de trabalho, do colaborador que estiver em estado alterado pelo uso dessas substâncias, o que pode afetar a segurança ou o desempenho dos demais colaboradores.

- É proibido o porte de armas de qualquer tipo nas dependências da empresa, salvo por profissionais expressamente autorizados.

4. Comunicar imediatamente ao superior hierárquico qualquer ato ou omissão que os colaboradores possam julgar antagônicos à sua função e aos interesses e objetivos da Unimed.

5. Ter iniciativa e estar comprometido na busca de conhecimento e preparo profissional, e procurar o superior imediato quando não se considerar capacitado para executar alguma tarefa, a fim de obter os meios para superar essa limitação.

6. Resguardar a privacidade do colaborador, do administrador e do cooperado, desde que as suas atitudes não prejudiquem, direta ou indiretamente, a imagem ou os interesses da organização.

7. São proibidas atitudes de discriminação de qualquer origem (idade, gênero, raça, crença, preferência sexual, deficiência ou redução de mobilidade, convicções políticas, etc.), pois a diversidade e um excelente clima de trabalho são valores altamente apreciados pela Unimed.

8. Zelar pela segurança no trabalho observando as normas legais, as regras internas aplicáveis e as melhores práticas de prevenção de acidentes.

9. Reconhecer os erros cometidos e usá-los como fonte de aprendizado, tendo como oportunidade a eliminação das causas e evitando sua repetição.

10. Respeitar e reconhecer a autoria de trabalhos ou ideias alheias.

11. Obter autorização prévia para eventual uso da imagem do colaborador, interna ou externamente, seja para materiais com fins publicitários ou informativos.

12. O uso de quaisquer imagens (fotos, documentos e outros meios de comunicação), captadas de pessoas que pertençam a todos os públicos de interesse da Unimed, somente será permitido após o indivíduo em questão assinar um termo de autorização específico de uso de imagem.

#### Deveres especiais dos cargos de liderança:

13. Estabelecer uma política salarial justa e competitiva, com base nos valores de mercado, e elaborar normas que assegurem um tratamento equitativo dos colaboradores, independentemente de sua origem (gênero, raça, etc.).

14. Desenvolver uma cultura empresarial que valorize o intercâmbio e a disseminação de conhecimentos. Promover a capacitação contínua dos seus colaboradores e evitar demissões, sempre que possível, buscando alternativas de requalificação técnico-científica, e recolocação em área que se apresente mais adequada à situação de seus colaboradores, em qualquer nível hierárquico e, se inevitável, o desligamento deve ser conduzido com respeito e dignidade.

15. Realizar os processos de admissão, promoção e mérito, invariavelmente, pela referência da competência profissional.

16. Usar a autoridade para garantir o êxito de sua equipe e jamais para submeter os colaboradores a uma exposição vexatória ou que cause danos à sua dignidade e/ou ao amor próprio.

17. Não tolerar ou exercer atitudes que possam configurar qualquer forma de assédio moral ou sexual no ambiente corporativo.

18. Promover práticas de gestão que fortaleçam a motivação, a satisfação e o comprometimento de todos envolvidos.

19. Não conceder aos seus colaboradores eventuais privilégios decorrentes de afinidades pessoais ou por interesses que sobrepujem os preceitos regimentais da cooperativa.

20. Reconhecer seus limites de atuação e assumir responsabilidade por todas as consequências oriundas de seus atos, respeitando sempre a hierarquia dos demais departamentos e evitando conflitos interdepartamentais.

21. Incentivar a prática de "Recrutamento Interno", valorizando com isso, a capacitação e o desenvolvimento pessoal dos colaboradores.

22. Incentivar o feedback das lideranças aos colaboradores com foco na transparência entre as relações e em oportunidades de crescimento pessoal dos colaboradores.

23. Promover o desenvolvimento e o treinamento profissional dos empregados, favorecendo o equilíbrio entre a vida profissional e pessoal.



## Princípio 5

### Compromisso com os clientes

*O bom atendimento aos clientes e o oferecimento de serviços com alto padrão de qualidade são aspectos de fundamental importância para a sustentabilidade da organização. Assim sendo, devemos:*

1. Atender os clientes com profissionalismo, competência, presteza e empatia; oferecer a eles um tratamento digno e de respeito aos seus direitos.
2. Fornecer todas as informações solicitadas de forma atualizada, clara, precisa e transparente, permitindo aos clientes tomarem a melhor decisão em todos os momentos.
3. Atender às solicitações de clientes com respostas rápidas, de forma adequada e no prazo prometido, mesmo que negativas, e de acordo com a legislação vigente.
4. Ser receptivo às opiniões dos clientes e encaminhá-las para a análise dos setores responsáveis, a fim de promover melhorias no atendimento, nos serviços e nos produtos.
5. Garantir a entrega dos serviços e produtos com alto padrão de qualidade, dentro dos prazos pré-estabelecidos.



6. Tratar com confidencialidade as informações fornecidas pelos clientes.
7. Ter ciência de que o relacionamento com os clientes deve ser pautado tanto pelo compromisso de atender os seus direitos e interesses, quanto pelo cumprimento da legislação vigente. Isso deve ser feito sempre em consonância com as diretrizes e com a política de atuação da Unimed.
8. Não oferecer tratamento preferencial a quem quer que seja por motivos de ordem pessoal, uma vez que todos os procedimentos administrativos devem estar de acordo com as diretrizes éticas e operacionais da Unimed.
9. Assumir com franqueza a culpa por eventuais erros cometidos e buscar soluções que atendam às necessidades dos clientes.
10. Buscar as soluções mais adequadas para resolução de eventuais problemas que envolvam os clientes, valendo-se das diretrizes éticas, conforme a política de atuação da Unimed.
11. Atender os clientes com simpatia e educação, independentemente das circunstâncias.



A satisfação dos clientes é  
um dos principais indicadores  
para a sustentabilidade  
do nosso negócio.



## Princípio 6

### Respeito ao meio ambiente

*A Unimed tem como objetivo a promoção da saúde, uma vez que está inserida no universo da assistência médica privada. Porém, suas atividades causam impacto ao meio ambiente quando há geração de resíduos de saúde e utilização de água, energia, papel e outros recursos utilizados no dia-a-dia. Entendemos, então, ser nosso dever:*

- 1. Incentivar a disseminação e implantação do gerenciamento de resíduos de saúde no âmbito de nossos recursos próprios e credenciados, assim como sua correta segregação, armazenamento, tratamento e destinação.*
- 2. Respeitar e preservar o meio ambiente, bem como valorizar a biodiversidade.*
- 3. Divulgar, estimular e valorizar, dentro e fora das instalações da Unimed, uma cultura de consumo racional e sustentável, conforme o compromisso da organização com o desenvolvimento sustentável.*
- 4. Participar, promover, e estimular iniciativas ou campanhas internas de esclarecimento e de educação que tenham como objetivo a criação de uma "consciência ambiental", com a finalidade de preservar o meio ambiente.*
- 5. Identificar e mensurar os impactos ambientais da atividade produtiva das cooperativas, desenvolvendo estratégias para sua redução, controle e neutralização.*
- 6. Disseminar e praticar a utilização de meios eletrônicos ou outras ferramentas disponíveis para troca de informações no Sistema Unimed que reduzam ou evitem o desperdício de recursos materiais e de energia.*



## Princípio 7

### Uso das informações e dos meios de informática

*A Unimed considera a informação como um ativo de grande valor e que deve ser tratado com responsabilidade. Além de ser uma poderosa ferramenta mercadológica, a informação privativa da organização influencia, decisivamente, os resultados de nossas atividades, assim como a forma como utilizamos nossos recursos e meios de informática, que devem atender aos interesses do conjunto. Portanto, devemos:*

1. Preservar o caráter confidencial das informações que estejam acessíveis, independentemente de sua natureza (comercial, estratégica ou tecnológica). Mantê-las na esfera exclusiva das pessoas envolvidas no processo e jamais utilizá-las para benefício próprio, inclusive após o desligamento da organização, a menos que isso seja liberado por áreas ou pessoas autorizadas a fazê-lo.
2. Manter o sigilo profissional: ter cuidado ao tecer comentários sobre os negócios ou atividades da organização. Este cuidado deve ser tomado em qualquer local e até mesmo em eventuais trocas de informações com representantes de veículos de comunicação.
3. Obter autorização prévia da diretoria para promover palestras, conferências, apresentações, publicações, comentários ou outra forma de comunicação com o público externo, por meio dos quais sejam expostos conceitos, planos, resultados, estratégias, nome e imagem da Unimed.





4. Trabalhos acadêmicos sobre o Sistema Unimed ou o fornecimento de materiais e de informações para que terceiros o façam somente devem ser realizados com a autorização e/ou acompanhamento da área responsável pelo assunto e/ou pela área de Comunicação. O resultado do trabalho de natureza intelectual e de informações estratégicas gerados na Unimed é de propriedade exclusiva da instituição.

5. Utilizar os meios de comunicação da organização - internet, e-mail e telefone - somente para assuntos que sejam pertinentes ao trabalho, cuidando sempre da segurança da informação.

Obs.: Tolera-se a utilização moderada destes meios de comunicação para fins pessoais, desde que esse uso não contrarie normas e orientações internas ou prejudique o trabalho.

6. Vetar e não disseminar, por qualquer meio - incluindo correio eletrônico e internet, eventuais mensagens que versem assuntos ilegais, pornográficos, discriminatórios de qualquer origem, de cunho religioso ou político-partidário ou em desacordo com os princípios éticos deste código.

7. Seguir a Política de Segurança da Informação ou normas e procedimentos que abranjam um conjunto de medidas necessárias à preservação da informação da organização, garantindo a sua confidencialidade, integridade e disponibilidade.

Obs.: Os recursos e equipamentos de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) são bens da Unimed para uso exclusivo das atividades de seu interesse. A instituição reserva-se o direito de controlar e monitorar todo e qualquer acesso, armazenamento ou processamento feitos por meio destes dispositivos.

8. Divulgar efetivamente a Política de Segurança da Informação ou normas e procedimentos, que devem estar baseados nas normas e instruções quanto ao uso e guarda de informações em saúde, redigidos pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), Conselho Federal de Medicina (CFM), Sociedade Brasileira de Informática em Saúde (SBIS) e Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

9. É dever de todos comunicar ao superior imediato todo e qualquer incidente relacionado à segurança da informação que for identificado dentro e fora dos perímetros da organização, para que a empresa possa tomar as devidas providências.

10. Tratar as redes sociais com prioridade e a devida atenção, bem como o que é divulgado nelas.

11. Prezar pela qualidade dos dados inseridos nos sistemas, pois deles dependem todos os resultados obtidos nas análises das informações da organização.

12. Reportar o mais rápido possível ao departamento de TI qualquer não conformidade operacional encontrada nos sistemas, seja ela gerada por erros sistêmicos ou por processos equivocados.

13. Com o intuito de minimizar danos aos ativos de informática, deve-se evitar o manuseio dos equipamentos sem treinamento prévio.

## Princípio 8

### Relacionamentos externos construtivos

*Todos os relacionamentos deverão ter como objetivo central a efetivação de parcerias duráveis e reciprocamente benéficas. Eles serão sempre ditados pela submissão às leis vigentes no país, à transparência e ao respeito pela reputação e pela dignidade dos parceiros. Para tanto, destacamos a seguir as normas de conduta em nossas relações com:*

#### Cooperativas Unimed

Buscar um relacionamento ativo, de respeito e ajuda mútua, fortalecendo o 6º princípio do cooperativismo, que é o de "cooperação entre as cooperativas". Para tanto devemos:

1. Incentivar a sinergia dos objetivos comuns.
2. Desenvolver uma cultura de co-responsabilidade pelos resultados do Sistema Unimed.
3. Atender às solicitações das cooperativas com qualidade, presteza, agilidade e cordialidade, desde que suas atitudes não prejudiquem, direta ou indiretamente, a imagem e os interesses da organização.
4. Seguir a Constituição Unimed.



5. Cumprir normas e políticas internas, que contemplem critérios claros de relacionamento entre as singulares, na formalização de negócios com terceiros que envolvam área territorial/regional diversa dos contratantes. ("Invasão de Área").

6. Objetivar a conduta articulada e padronizada entre as singulares fortalecendo o Sistema Unimed como um todo.

#### Prestadores de Serviços, Fornecedores e Parceiros

1. Efetivar a contratação de fornecedores, prestadores de serviços, assim como as parcerias realizadas, com base em critérios técnicos, profissionais, éticos e nas necessidades da Unimed, bem como conduzi-las por meio de processos pré-determinados, tais como concorrência, cotação de preços ou critérios eminentemente técnicos que garantam a melhor relação custo-benefício.

2. Realizar negócios com fornecedores de boa reputação, norma que é extensiva à rede credenciada de hospitais, clínicas e laboratórios.

3. Praticar uma política de preços justos, de acordo com o mercado, e que seja compatível com a qualidade e a quantidade dos produtos ou serviços oferecidos.

4. Contratar pessoas ou organizações que respeitem a legislação do país, particularmente no tocante ao trabalho de crianças e adolescentes, e que cumpram as suas obrigações fiscais, tributárias, trabalhistas, previdenciárias e ambientais.

5. Valorizar a contratação de empresas socialmente responsáveis, comprometidas com o bem-estar de seus colaboradores, e com o desenvolvimento sustentável da sociedade e do meio ambiente.

6. Promover o desenvolvimento de vínculos de negócios sustentáveis com os fornecedores relevantes aos negócios (relações ganha-ganha).

7. Não receber presentes dos fornecedores, com exceção de pequenos brindes, até o valor de 1/5 do salário mínimo vigente.

#### Comunidade

1. Pautar o relacionamento pelo cumprimento das leis e regulamentos legais vigentes e pelo respeito aos princípios da cidadania.

2. Respeitar a tradição e a identidade cultural das comunidades em que a cooperativa estiver inserida.

3. Promover a saúde para parcelas cada vez maiores da população, pois assim a organização contribuirá, decisivamente, para a melhoria da qualidade de vida da sociedade, e na plenitude de uma atuação focada na responsabilidade social empresarial.

#### Mídia

1. Delegar a comunicação das cooperativas aos profissionais da área, assegurando condições para o eficaz atendimento da mídia e cuidando para que a imagem da Unimed se apresente de forma unificada.

2. Tornar visível o forte comprometimento da cooperativa com a opinião pública e com a sociedade.

3. Utilizar as ferramentas de comunicação para oferecer aos públicos todos os subsídios e informações que contribuam para construção de uma imagem positiva da cooperativa, que obviamente precisa estar alicerçada na realidade, representada por bons serviços e produtos, preços justos e atendimento digno.

4. Priorizar, nas relações com a imprensa, as seguintes orientações:

4.1. Desenvolver atividades relacionadas ao atendimento à imprensa, seguindo as recomendações dos Manuais de Comunicação do Sistema Unimed, disponíveis na Agência Unimed de Notícias, e/ou política de comunicação interna da cooperativa.

4.2. Manter credibilidade junto à imprensa e ao leitor, fornecendo informações com transparência e prontidão (estrategicamente e adequadamente dosadas), com consistência e firmeza, estando imediatamente presente em momentos críticos, e dando prioridade aos compromissos assumidos com jornalistas.

4.3. Manter atitude independente e respeitosa no relacionamento com a imprensa.

4.4. Garantir que informações claras e oportunas de fatos relevantes sejam prestadas à imprensa e ao público em geral, por diretores e/ou colaboradores da cooperativa, devidamente preparados para serem seus porta-vozes.

4.5. Opor-se à exigência, junto às empresas de comunicação - como jornais e canais de televisão ou rádio -, de espaços de divulgação em troca de eventual publicação de anúncios da Unimed.

Continua ►

4.6. Enviar brindes às redações em datas ou divulgações especiais apenas com a autorização da área de Comunicação, que o permitirá ou fará estritamente com base em critérios jornalísticos.

4.7. Considerar, tanto os fatos positivos da cooperativa quanto os negativos, sob o ponto de vista de comunicação mercadológica, como oportunidades de reforço da imagem.

#### **Governo, Órgãos Governamentais, Setor Público e Partidos Políticos**

1. Apoiar políticas e práticas públicas regidas por princípios éticos, que promovam o cooperativismo, o desenvolvimento e o bem-estar social. E, não adotar, com relação ao setor público, qualquer iniciativa que possa ser interpretada como tráfico de influência.
2. Analisar a participação do Sistema Unimed no processo eleitoral, prevista em lei, e exercê-la desde que a legislação eleitoral seja rigorosamente cumprida, em conformidade com as normas internas; e que sejam respeitadas as opiniões individuais dos colaboradores.
3. Buscar, no relacionamento com os órgãos reguladores das nossas atividades, o atendimento das normas vigentes e a preservação dos direitos e interesses dos clientes e do Sistema Unimed. Qualquer orientação a respeito destas questões deverá ser obtida junto à área Jurídica.
4. É proibida a participação em qualquer forma de corrupção ou suborno, incluindo pagamentos ou outros modos de conferir benefícios a qualquer responsável governamental, visando influenciar a tomada de decisões em descumprimento da lei.

#### **Sindicatos e Associações de Classe**

1. Manter uma relação de respeito e apoiar as iniciativas de melhoria na qualidade de vida e benefícios dos colaboradores e seus familiares.
2. Reconhecer a legitimidade de sindicatos e associações de classe e não praticar qualquer forma de discriminação contra os colaboradores que a eles se filiem.
3. Respeitar os aspectos legais e os direitos individuais referentes à obrigatoriedade de contribuições junto aos sindicatos e associações de classe.

#### **Concorrentes**

1. Manter um relacionamento respeitoso com a concorrência, reconhecendo que a sua existência serve como estímulo aos nossos esforços de inovação e aperfeiçoamento de práticas e produtos.
2. Obter informações sobre a concorrência de maneira lícita e transparente, sendo vedada qualquer forma de espionagem.
3. Participar de iniciativas de organizações concorrentes que sejam de interesse da saúde pública e benéficas aos clientes e à comunidade em geral.
4. Considerar que a disputa pelo cliente é uma prática normal na atividade das empresas e que não há razão para retaliações nos casos de êxito do concorrente.



## Glossário

### Assédio moral:

conduta abusiva que exponha o trabalhador a situações humilhantes e constrangedoras. Por exemplo: dificultar o acesso de colaboradores aos recursos que possibilitem a execução de uma tarefa, abordar colaboradores do sexo oposto sem o respeito e a discrição necessária, etc.

### Biodiversidade:

é a totalidade dos genes, espécies e ecossistemas de uma região.

### Cidadania:

uso dos direitos civis e políticos do indivíduo em um Estado, com simultânea responsabilidade pela proteção dos direitos dos demais cidadãos. Aplica-se, por extensão, às empresas, para definir um relacionamento ético e construtivo com a sociedade.

### Código de Conduta Profissional:

guia de orientação para o colaborador em todos os seus relacionamentos internos e externos. O Código deve materializar os princípios éticos e os valores da organização.

### Código de Defesa do Consumidor:

Lei 8.078, de 11.09.90.

### Conflitos de interesses:

situações em que o interesse de uma pessoa colide com os objetivos do grupo ou da empresa.

### Constituição Unimed:

é o instrumento contratual de fixação de conceitos, princípios e normas operacionais do Sistema Cooperativo Unimed e de direitos e deveres de seus integrantes.

### Confidencialidade:

é a propriedade da informação, que não estará disponível e não será divulgada a indivíduos, entidades ou processos sem autorização.

### Consumo sustentável:

saber usar os recursos naturais para satisfazer as nossas necessidades, sem comprometer as necessidades e aspirações das gerações futuras.

### Cooperativa:

associação autônoma de pessoas que se unem voluntariamente para realizar objetivos econômicos, sociais ou culturais comuns, por meio de organização administrada e controlada democraticamente (OCB).

### Cooperativismo (princípios):

- Adesão Livre e Voluntária
- Controle Democrático pelos Sócios
- Participação Econômica dos Sócios
- Autonomia e Independência
- Educação, Treinamento e Informação
- Cooperação entre Cooperativas
- Preocupação com a Comunidade

### Cultura organizacional:

conjunto de ideias e padrões de comportamento que caracterizam uma determinada organização.

### Direitos autorais:

direitos exclusivos assegurados ao autor de obra literária, artística, ou científica.

### Diversidade:

multiplicidade de pessoas de diferentes raças, origens, idades, crenças, orientação sexual, etc.

### Ética:

"Teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade." (A. C. Vasquez)

### Imprensa:

designação coletiva dos veículos de comunicação que exercem o jornalismo e outras funções de comunicação informativa, em contraste com a comunicação puramente propagandística ou de entretenimento.

### Integridade:

vem do latim integritate, significa a qualidade de alguém ou algo ser íntegro, de conduta reta, pessoa de honra, ética, educada, imparcial, briosa, cuja natureza de ação nos dá uma imagem de inocência, pureza ou castidade, o que é íntegro, é justo e perfeito, é puro de alma e de espírito.

### Legislação do país:

as leis que, no Brasil, definem os direitos e deveres dos cidadãos e das organizações.

### Legislação eleitoral:

leis específicas que disciplinam a prática da democracia, por meio do direito de voto.

**Manual de Intercâmbio:**

tem a finalidade de estabelecer normas, regras e diretrizes que norteiam o Intercâmbio Nacional entre as cooperativas Unimed associadas à Unimed do Brasil e à Central Nacional Unimed, consolidando a integração e a harmonia operacional entre elas.

**Mídia:**

termo utilizado para designar os veículos de comunicação, no seu conjunto ou em particular.

**Moral:**

"Conjunto de normas de comportamento aceitas livres e conscientemente, que regulam o comportamento individual e social dos homens." (Vásquez AS. Ética. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000).

**Partes interessadas:**

são aqueles impactados pelas atividades da organização.

**Política de segurança:**

conjunto de regras, normas e padronizações que tem como objetivo proteger as informações de diversos tipos de ameaças, por meio da preservação da confidencialidade, integridade e disponibilidade das informações da empresa.

**Princípios:**

crenças e valores que orientam a conduta moral.

**Resíduos de saúde:**

são os resíduos resultantes das atividades exercidas por estabelecimentos prestadores de serviços de saúde humana e animal, como hospitais, postos de saúde, clínicas médicas, odontológicas, veterinárias, laboratórios, farmácias, dentre outros.

**Responsabilidade social:**

Relação ética e transparente da organização com todas as suas partes interessadas, visando ao desenvolvimento sustentável. (ABNT NBR 16001 : 2004).

**Trafico de influencia:**

consiste na prática ilegal de uma pessoa se aproveitar da sua posição privilegiada dentro de uma empresa ou entidade, ou das suas conexões com pessoas em posição de autoridade, para obter favores ou benefícios para terceiros, geralmente em troca de favores ou pagamento.

**Tratamento Equitativo:**

Tratamento justo

**Valores:**

ideais, normas ou traços culturais cuja importância é decisiva em nossos processos de escolha.

**Vexatório:**

Que causa ou imputa vexame ou humilhação a alguém.



## Protocolo

Nome: \_\_\_\_\_

Registro: \_\_\_\_\_

Declaro ter recebido um exemplar do Código de Conduta da Unimed, ter sido orientado para lê-lo cuidadosamente e ter sido incentivado a cumprir todas as orientações nele contidas, que são as diretrizes básicas da cooperativa.

Ciente / de acordo,

\_\_\_\_\_  
Assinatura

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_



Conheça o programa

## Unimed Abraça os ODM



1 Acabar com a fome e a miséria



2 Educação básica de qualidade para todos



3 Igualdade entre os sexos e valorização da mulher



4 Reduzir a mortalidade infantil



5 Melhorar a saúde das gestantes



6 Combater a Aids, a Malária e outras doenças



7 Qualidade de vida e respeito ao meio ambiente



8 Todo mundo trabalhando pelo desenvolvimento

[www.unimed.com.br/odm](http://www.unimed.com.br/odm)

### Diretoria Executiva

Eudes de Freitas Aquino  
Presidente

Luiz Carlos Misurelli Palmquist  
Vice-presidente

Francisco Albeniz Bohrer Pilla  
Diretor Administrativo

Euclides Malta Carpi  
Diretor Financeiro

Aucélio Melo de Gusmão  
Diretor de Marketing e Desenvolvimento

Valdmário Rodrigues Júnior  
Diretor de Integração Cooperativista

Antonio Cesar Azevedo Neves  
Diretor de Tecnologia



### Realização

Esta segunda edição do Código é uma realização da Unimed do Brasil, através da diretoria de Marketing e Desenvolvimento e foi construído com base nas sugestões enviadas por Singulares e Federações que integram o Sistema Unimed.



Este produto foi adquirido pela **Central de Compras da Unimed do Brasil**.  
Fone: 11 3265.4226 - 11 3265.4227 - email: [centralcompras@unimed.com.br](mailto:centralcompras@unimed.com.br)

MB.018 - V02



Este material foi produzido pela OTIMA GRÁFICA  
com papel certificado FSC® - garantia de manejo  
florestal responsável.