GRUPO
SANTA CASA
DE FRANCA

POLÍTICA CORPORATIVA

COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL



GRUPO SANTA CASA DE FRANCA

MISSÃO

Assistência e ensino voltado à saúde.

VISÃO

Ser uma instituição sustentável, com equilíbrio econômico financeiro, reconhecida pela excelência na assistência em saúde e na geração do conhecimento, através da melhoria contínua de processos, tecnologia inovadora e comprometimento de seus colaboradores.

VALORES

E — **Empatia**
Colocar-se no lugar da outra pessoa, compreendendo seus sentimentos e emoções.

T — **Transparência**
Agir com clareza e transparência nas ações e na prestação de contas.

I — **Integridade**
Agir com honestidade e imparcialidade.

C — **Comprometimento**
Demonstrar compromisso com aquilo que faz.

A — **Acolhimento**
Receber o outro com hospitalidade, afeto e atenção.

Documento: Comunicação Institucional

Código: POL - 01

Data Revisão: setembro de 2026

Revisão: Nº 1

Vigência: 5 anos

Elaborado por:
Isabela Tanasovichi

Aprovado por:
Thiago Silva, Dr. Sidnei Martins de Oliveira, Alan Riboli e Henrique Novais

Emissão:
agosto de 2025

OBJETIVO

A Política de Comunicação do Grupo Santa Casa de Franca tem como objetivo integrar todas as formas de comunicação entre as unidades de negócio e seus públicos estratégicos, promovendo, preservando e defendendo a imagem da instituição, dos colaboradores, dos pacientes e da comunidade.

Dessa forma, garante o acesso à informação, fortalece o engajamento e promove um diálogo ativo com os diferentes públicos de interesse.

PRINCÍPIOS

Ética

Todas as comunicações devem ser conduzidas com integridade, honestidade e respeito a todos os públicos.

Transparência

Informações claras e acessíveis são essenciais para manter a confiança dos nossos diferentes públicos.

Legalidade

A comunicação será sempre conduzida de acordo com as legislações e regulamentações aplicáveis.

Imparcialidade

A comunicação deve ser objetiva, evitando qualquer tipo de viés ou favorecimento.

DIRETRIZES

Segurança da Informação: Garantir a proteção de dados sensíveis e confidenciais em todas as formas de comunicação.

Eficiência e Clareza: A comunicação deve ser objetiva, direta e adequada ao perfil de cada público.

Padronização: Assegurar consistência visual e de mensagem em todas as plataformas e canais de comunicação.

Responsabilidade: Todas as informações divulgadas devem ser verificadas, claras e fidedignas, preservando a reputação do Grupo Santa Casa de Franca e suas unidades de negócio.

OBJETIVOS

Fortalecer a imagem institucional, construindo e consolidando a marca do Grupo Santa Casa de Franca junto aos seus públicos estratégicos.

Promover um relacionamento claro e de confiança com pacientes, colaboradores e comunidade, gerando engajamento e transparência.

Envolver e engajar os públicos internos e externos nas ações do Grupo, valorizando colaboradores, prestadores de serviços e pacientes.

Antecipar necessidades de comunicação, gerando soluções rápidas e eficazes.

Minimizar impactos negativos à imagem do Grupo e de suas unidades de negócio em situações adversas.

AÇÕES

Gestão de Conteúdo

Planejar, criar e divulgar conteúdos estratégicos e relevantes para todos os públicos, utilizando os meios e canais mais adequados. A comunicação deve ser clara, precisa e alinhada aos valores do Grupo, com linguagem e formatos adaptados ao perfil de cada público.

Comunicação Interna

Manter os públicos internos informados sobre as estratégias, os objetivos e as ações da instituição, garantindo o alinhamento e o engajamento de todos.

Relacionamento com a Imprensa

Manter fluxos claros de comunicação com jornalistas e veículos de mídia, intermediando o contato entre a imprensa e a instituição e garantindo a consistência das informações transmitidas.

Gestão e Uso de Imagens

Garantir que imagens e dados sensíveis sejam divulgados somente mediante autorização por escrito dos pacientes, colaboradores ou demais envolvidos, conforme aplicável. Monitorar redes sociais e outras plataformas digitais para identificar e tratar possíveis violações de imagem e direitos.

Placas de Sinalização e Informativas

Padronizar as placas direcionais e informativas das unidades de negócio conforme a identidade visual de cada unidade, garantindo clareza nas informações e orientação adequada a pacientes e visitantes.

Monitoramento e Engajamento nas Redes Sociais

Monitorar continuamente as redes sociais para acompanhar menções à marca e interações do público, respondendo às manifestações pertinentes e promovendo o engajamento e a interação positiva com os diferentes públicos.

Gestão de Crises

Acionar o Comitê de Gestão de Crises do Grupo Santa Casa de Franca para definir e implementar medidas ágeis e transparentes diante de situações adversas. Alinhar as ações aos valores do Grupo, buscando mitigar impactos à imagem institucional.

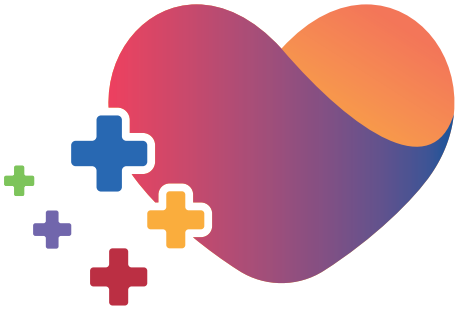
MONITORAMENTO

Monitorar continuamente as interações e menções nas redes sociais, garantindo respostas ágeis às necessidades do público.

Acompanhar reportagens e notícias sobre as unidades de negócio nos veículos de imprensa, avaliando a repercussão das ações de comunicação.

Avaliar os níveis de satisfação e engajamento relacionados aos conteúdos e às mensagens divulgadas, ajustando as estratégias conforme necessário.

Identificar e monitorar potenciais riscos à imagem do Grupo, implementando ações para proteger a reputação institucional.



GRUPO
SANTA CASA
DE **FRANCA**

GRUPOSANTACASADEFRANCA.COM.BR