



LABORATÓRIO E VACINAS

MODELO DE GESTÃO EMPRESARIAL E POLÍTICAS

LPC LABORATÓRIO E VACINAS

MODELO DE GESTÃO EMPRESARIAL

LPC LABORATÓRIO E VACINAS



INTRODUÇÃO

O Laboratório LPC, ciente dos contínuos desafios que tem passado desde a sua fundação em 1974 e, essencialmente por ter construído uma cultura que tem garantido a sua sobrevivência e crescimento ao longo destes anos, formaliza este aprendizado, neste documento, nomeando-o como **Modelo de Gestão Empresarial LPC**, ou seja, "**#Gestão.comLPC**".

Nesse sentido, torna-se imprescindível o entendimento e alinhamento conceitual sobre esse modelo de gestão, onde o conhecimento e domínio específico de cada área deve ser vinculado à capacidade de multiplicá-lo no ambiente empresarial e de gerar resultados de imagem, produtividade, rentabilidade com liquidez e desenvolvimento e formação de pessoas.

Pretende-se que conhecimentos produzidos por gerações passadas possam se perpetuar através da criatividade e motivação das lideranças atuais e futuras. Para isso, deve-se ressaltar que:

- a) O LPC tem se estruturado na capacidade de pensar e agir das pessoas, com seu alto padrão moral, técnico e empresarial;
- b) O pensamento deve preceder todas as realizações na forma de sistematização do conhecimento e planejamento: pensar antes de agir!

Então, o modelo de Gestão LPC, pode ser conceituado como a arte de coordenar e integrar as áreas de atuação e educar/formar pessoas.

1- PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS, em relação a:

1.1- Pessoas

A Empresa é "constituída de pessoas para servir pessoas". Nesse contexto, as pessoas aqui consideradas são: Cliente, Parceiros Internos (Colaboradores) / Parceiros Externos (Fornecedores, Prestadores e Médicos) e Sociedade (Comunidade).

No LPC, a figura do Líder deve assumir a postura de Empresário - aquele que conduz um negócio, em base permanente (valores), capaz de gerar resultados cada vez maiores e melhores para os Acionistas, Clientes e Comunidade.

Para isso, o "Líder Empresarial" precisa ter:

- a) **Disciplina** - transforma vícios em virtudes, forma o caráter que sustenta o método. Logo, disciplina gera respeito e consolida a confiança entre as pessoas;

MODELO DE GESTÃO EMPRESARIAL

LPC LABORATÓRIO E VACINAS



b) **Atitude** - a capacidade de formar um time forte, mobilizar os apoios necessários para atingir aos objetivos coletivos e estar disposto a fazer mais e melhor. Isso é a principal responsabilidade do líder: coordenar pessoas, integrar resultados e educar pelo trabalho;

c) **Objetivo** - a consistência de um objetivo é traduzida na capacidade do líder de produzir riquezas morais (cultura), intelectuais (conhecimento – know-how) e materiais que, na medida do possível, sejam mensuráveis.

O Líder no LPC assume a responsabilidade indelegável de oferecer o que tem de melhor aos seus liderados, desenvolvendo a sua habilidade de influenciar as pessoas para trabalharem motivadas, visando atingir os objetivos para o bem comum e servindo de exemplo.

A autoridade só é verdadeira, quando concedida ao líder pelos liderados, estabelecendo uma parceria de confiança.

1.2- Negócio – Sistema de Planejamento

Para planejar, executar, acompanhar e avaliar sistematicamente o que foi pactuado, o líder precisa ter FOCO! O Foco é na Parceria com Confiança e na Comunicação Empresarial:

a) **Parceria com Confiança** - Contrato moral, concreto e psicológico estabelecido entre o Líder e o Liderado para atingir os resultados pactuados. A confiança deve se estabelecer em todos os níveis:

- ✓ **Moral** – afinidade de princípios e valores pessoais;
- ✓ **Conceitual** – alinhamento assegurado da cultura organizacional e dos conceitos empresariais adotados (leis internas e externas);
- ✓ **Profissional** – domínio (capacidade e conhecimento) para exercer o que foi delegado; atuação como empresário, colocando suas habilidades, competência e conhecimentos a serviço da Organização, Clientes e Sociedade;
- ✓ **Afetiva** – é a base das relações interpessoais, que promove sinergia e alegria no ambiente de trabalho.

Podemos simplificar, sem deixar de considerar a sua real profundidade, que a maior parcela do sucesso de um empresário é **“ter as pessoas certas, nos lugares certos”**, exercendo a cooperação diariamente.

b) **Metodologia do Planejamento** - consciente de que sucessos passados não são a garantia de sucessos futuros, os serviços do LPC, para serem realizados de maneira eficaz e eficiente, necessitam de planejamento e acompanhamento sistemáticos. O planejamento se

MODELO DE GESTÃO EMPRESARIAL

LPC LABORATÓRIO E VACINAS



estrutura em duas etapas complementares e dinâmicas, garantindo que uma retroalimente a outra e permita assim a atualização constante a partir da mudança dos cenários internos e externos. O quadro abaixo nos permite entender a sistemática adotada:



Este ciclo gera os seguintes documentos:

1. Plano Estratégico para o período de 2 a 4 anos, que será anualmente revisado e de onde serão extraídas as prioridades para o ano em planejamento.
2. Planejamento Executivo composto pelos Programas de Ação (PAs) de cada Líder do LPC, onde constam os resultados propostos para a concretização da Missão, Visão e Prioridades definidas no Plano Estratégico.

O acompanhamento do Planejamento Executivo é mensal e individual, conduzido pelo Liderado, momento em que expõe ao respectivo Líder a evolução de suas ações e solicita o apoio necessário. Trimestralmente é realizado encontro de compartilhamento dos PAs / Indicadores entre todos os Líderes e onde são discutidas análises críticas e tomadas as decisões de integração entre as áreas.

Semestralmente é realizado o processo de avaliação que se propõe a: aferir e avaliar resultados e metas, analisar e melhorar estratégias, processos, difundir e consolidar a cultura, propor ações corretivas e preventivas e, sobretudo estreitar as relações interpessoais entre líderes e liderados. Este processo de avaliação se utiliza de duas ferramentas: Feedback Formal, realizado entre os meses de julho e agosto e a Avaliação de Desempenho Profissional realizada em janeiro do ano subsequente.

Esta metodologia acredita que é através do estar junto ou na "companhia de" que a educação se consolida, com a **dedicação de tempo, presença, troca de experiências e exemplo do líder**

MODELO DE GESTÃO EMPRESARIAL

LPC LABORATÓRIO E VACINAS



aos seus liderados.

1.3- Comunicação Empresarial

Comunicar é tornar a essência e objetivos comuns; estimular a criatividade/inação, dando a liberdade de dizer o que pensa e sente e gerar impacto na produtividade (fazer mais e melhor, focando no que é o certo para a Organização e não em quem está certo).

A comunicação pressupõe o entendimento pleno da ideia ou fato a ser transmitido, priorizando o **DNA da Comunicação: diálogo, negociação e acordo entre as partes.**

Sistema de Comunicação formal do LPC possui os seguintes instrumentos:

- ✓ Plano Estratégico (PE) – Documento Empresarial gerado a partir do Planejamento Estratégico, composto pelas seguintes informações: Missão, Visão e Valores Empresariais; Análise de Cenários; Prioridades Empresariais; Prioridades Específicas; Diretrizes Estratégicas; Macroestrutura
- ✓ Programa de Ação (PA) – Documento gerado por cada Líder Empresarial, a partir do Plano Estratégico, composto pelas seguintes informações: Negócio; Responsável, Substituto e Equipe; Resultados para cada Prioridade Específica; Metas, Prazos, Indicadores e Meios de Aferição; Fatores Críticos e Diretrizes; Sistema de Comunicação específico; Ações Específicas.
- ✓ Agendas – Ferramenta utilizada para a convocação de reuniões, onde constam, entre outros itens, os assuntos a serem tratados, permitindo o aumento da produtividade.
- ✓ Súmulas – Ferramenta utilizada para o registro das decisões e encaminhamentos das reuniões, possibilitando o acompanhamento sistemática das ações pactuadas.
- ✓ Relatórios e Relatos – Ferramentas complementares para garantir a comunicação eficaz.

Vale lembrar que nenhuma forma de comunicação substitui a palavra falada. Momento ímpar, onde o contato interpessoal entre líderes e liderados é estabelecido.

2- CONCEITOS INDISPENSÁVEIS AO EXERCÍCIO DA LIDERANÇA

2.1- Descentralização ou Atuação Local

Compreender bem as necessidades e desejos dos Clientes, as características do empreendimento e a capacidade do LPC em atendê-las são o primeiro passo para a concretização de um negócio.

Nesse sentido, a estrutura da empresa deve promover contato permanente e direto com o Cliente e ter a agilidade necessária para melhor atendê-lo. Com isso, entende-se que o modelo de estrutura organizacional, deve ser constituído das áreas que atuam na linha do negócio (Atendimento) e as áreas de apoio à linha do negócio. Todas são complementares e igualmente importantes para a Organização.

MODELO DE GESTÃO EMPRESARIAL

LPC LABORATÓRIO E VACINAS



As áreas são distribuídas em âmbitos organizacionais de atuação (estratégico / empresarial / operacional), para oferecer maior dinamismo e otimização de recursos, respaldados em um fluxo e refluxo de comunicação efetivo.

2.2- Delegação Planejada e Tarefa Empresarial

Quando digno da confiança, o liderado recebe do líder a autonomia para desenvolver o seu negócio, respaldado em dois principais instrumentos de planejamento: Plano Estratégico (PE) e Programa de Ação (PA), acompanhados de Orçamento.

Durante todo o processo, os instrumentos de comunicação, aprofundam a velocidade e veracidade das informações entre o Planejamento Estratégico e o Executivo.

Todo novo negócio deve ser planejado antes de ser executado. A tarefa empresarial é dividida em duas etapas:

- a) A primeira parte voltada para conquistar os Clientes e se oficializa em propostas e/ou contratos. Aqui se utiliza do Plano Estratégico para tornar as conquistas consonantes com os desejos e diretrizes, expressos pelos Acionistas;
- b) A segunda parte é voltada para executar e cumprir o que foi pactuado com o Cliente e o Acionista. Nesse caso, se oficializa o Programa de Ação, onde as prioridades se transformam visivelmente em resultados.

OBS: Convém ressaltar que o processo de análises de melhorias é feito continuamente em todas as etapas dos processos.

2.3- Geração de Resultados e Responsabilidade Social

A razão de ser do LPC é a busca de resultados, pelo trabalho, onde transforma o cenário presente (atual) em um cenário desejado. Os resultados são de sobrevivência (imagem organizacional, produtividade e rentabilidade com liquidez), crescimento (formação permanente de novos líderes, autodesenvolvimento, inovações e formação de patrimônio) e sustentabilidade (quando o retorno aos Acionistas são crescentes, sem o aporte de capital, ou seja, a Organização se autofinancia moralmente, intelectualmente e materialmente).

A responsabilidade empresarial é a responsabilidade social de cada Líder, que consiste em:

- ✓ Satisfazer o Cliente com serviços, que resultem na melhoria da qualidade de vida das Comunidades em que se encontram;
- ✓ Contribuir para o desenvolvimento social, econômico, tecnológico e empresarial das mesmas Comunidades;

MODELO DE GESTÃO EMPRESARIAL

LPC LABORATÓRIO E VACINAS



- ✓ Criar oportunidades de trabalho e desenvolvimento para as pessoas, mediante reinvestimento dos resultados gerados pelos próprios negócios;
- ✓ Gerar riquezas através da arrecadação de impostos e encargos;
- ✓ Assegurar respeito permanente ao Meio Ambiente em seus negócios.



I. TÍTULO

Política de Segurança Empresarial – Programa de Integridade

II. INTRODUÇÃO

Esta Política deve nortear as demais políticas, normas e procedimentos que sustentam todo o processo de Segurança Empresarial.

O não cumprimento das leis, "internas ou externas" à Empresa, é considerado desvio de conduta, pois gera impacto e consequências nas relações e processos empresariais: Governo, Cliente, Acionista, Sociedade, Colaborador e Parceiros Externos. Nesse sentido, estamos falando de pessoas, processos e de comunicação, logo, de Gestão Empresarial – Gestão LPC.

Por isso, a Segurança Empresarial se constitui, no LPC, como uma área estratégica, com foco na prevenção e correção. Todavia, impossível prevenir a totalidade das situações e, dessa forma, **detectar** assume papel fundamental. A partir daí, a Empresa precisa adotar postura consequente e corrigir imediatamente, caso algum desvio seja identificado. Dessa forma, ficam consolidados os 3 princípios:

- ✓ **Prevenir** - É mais inteligente prevenir que remediar.
- ✓ **Detectar** - Acompanhamento e controles profissionais são requeridos, para reduzir as oportunidades de atos "ilícitos" sem serem descobertos.
- ✓ **Corrigir** - Esse é o pilar da tolerância zero para desvios em relação aos Valores do LPC, independentemente do âmbito envolvido.

Essa área é constituída do Programa de Integridade (Programa de Cultura e Código de Conduta) e pelo Modelo de Gestão Empresarial LPC, ou seja, "#Gestão.comLPC".

III. OBJETIVO

Este documento tem a finalidade de estabelecer as diretrizes gerais de Segurança Empresarial, com foco em assegurar o atendimento aos requisitos legais internos e externos, além da manutenção da boa imagem e da sustentabilidade da Empresa.

Criar as melhores condições para a satisfação do Cliente depende da ação combinada de motivação de colaboradores, gestão da qualidade dos produtos e serviços e gestão da marca da empresa.



Para que a área de Segurança Empresarial garanta a sua efetividade, é imprescindível:

- ✓ Ter conhecimento e mitigar os riscos empresariais (estratégicos e operacionais);
- ✓ Ter comprometimento de todos, partindo-se da Alta Administração, com a cultura de integridade, alinhada aos Valores da Empresa;
- ✓ Fazer adequada delegação das responsabilidades;
- ✓ Estruturar Políticas, Normas e Procedimentos internos que orientem as condutas;
- ✓ Disponibilizar ferramentas e rotinas de acompanhamento e controle que auxiliem na gestão de riscos, inclusive junto a Fornecedores, Parceiros Internos e Externos, com vistas à melhoria contínua;
- ✓ Promover a comunicação e treinamentos constantes de todas as Partes Interessadas;
- ✓ Aplicar medidas disciplinares e ações corretivas pertinentes (canais de denúncias e mecanismos de investigação).

IV. ABRANGÊNCIA/APLICAÇÃO

Esta Política aplica-se a toda Empresa.

V. DIRETRIZES GERAIS

Para que a Segurança Empresarial permeie todas as áreas, é imprescindível:

- a) Que todas as Políticas do LPC estejam alinhadas conceitualmente e favoreçam a concretização dos Valores Empresariais e dos princípios, conceitos e critérios da "#Gestão.-comLPC";
- b) Assegurar o cumprimento por todas as áreas do Código de Conduta, Políticas, Normas e Procedimentos estabelecidos pela Empresa;
- c) Estabelecer resultados de impacto para todas as áreas através dos Programas de Ação, alinhados ao Plano Estratégico, buscando eficácia e eficiência para que prioridades Empresariais sejam atendidas;
- d) Fomentar o uso do que há de melhor e acessível em tecnologias operacionais e de gestão;
- e) Que seja delegado aos Líderes das áreas: autoridade, recursos e responsabilidade para atuar, em alinhamento com a respectiva Diretoria, embasado pelas demais diretrizes e por indicadores de gestão, participando de decisões da Empresa dentro do seu âmbito, para buscar o crescimento de todos — Colaboradores e Empresa — e propor soluções preventivas e corretivas;
- f) Zelar pela imagem institucional e atender rigorosamente a legislação vigente



aplicável a cada área e ao negócio, observando as obrigações acessórias junto aos órgãos públicos;

g) Respeitar a verba orçamentária definida anualmente para a área e, caso uma demanda justificável exceda este valor, deve ser avaliada e autorizada pela respectiva Diretoria;

h) Que todos os Colaboradores sejam estimulados a conhecer, dominar e aderir à Cultura LPC para o fortalecimento da parceria com confiança;

i) Que haja o fortalecimento do princípio de complementaridade e o alinhamento entre as equipes das diversas áreas para o alcance dos resultados desejados;

j) Que cada Colaborador domine tecnicamente o seu negócio, possua as competências necessárias para o desempenho das atividades e, quando aplicável, esteja devidamente registrado nos órgãos regulamentadores, que habilitam formalmente os profissionais para o exercício da profissão;

k) Manter a compatibilidade entre as atividades desenvolvidas e aquelas previstas para cada Cargo ocupado, evitando-se desvios ocupacionais / funcionais – pessoas certas nos lugares certos;

l) Desenvolver novos e melhores Líderes, capacitar a equipe para garantir a delegação responsável e consolidar a cultura de formação de substitutos em todas as áreas;

m) Trabalhar na gestão preventiva, atuando na causa e não na consequência, antecedendo os problemas e buscando soluções, além de olhar para fora da Empresa a fim de identificar pessoas e projetos interessantes que possam ser incorporados ao negócio;

n) Que os Líderes orientem, acompanhem e avaliem, ao disponibilizar tempo, presença, experiência e exemplo aos seus liderados;

o) Assegurar a retenção do conhecimento pela Empresa, além de buscar novas tecnologias e disseminar as melhores práticas relacionadas à área de atuação, comprometendo-se com o resultado da Empresa;

p) Utilizar o sistema de informação corporativo integrado para prestar periodicamente informações confiáveis no acompanhamento e controle de atividades, indicadores, resultados, projeções, custos, a fim de atingir o resultado pactuado e possibilitar a tomada de decisões nos âmbitos Estratégico, Empresarial e Operacional;

q) Garantir a Segurança de Informações (estratégicas e operacionais) da Empresa e respectivos Clientes, Parceiros Externos (Fornecedores) e Colaboradores, assegurando o controle de acesso, armazenamento, proteção e correto descarte dos documentos e registros, seja

POLÍTICA DE SEGURANÇA EMPRESARIAL – PROGRAMA DE INTEGRIDADE LPC LABORATÓRIO E VACINAS



em meio físico ou eletrônico;

- r) Realizar análise crítica especializada e cuidadosa do desempenho da área por meio de indicadores e das demandas recebidas, subsidiando a adequada tomada de decisão pela Empresa;
- s) Garantir alçadas de aprovação para as demandas internas, externas, compras de produtos e contratações de serviços, compatíveis com os riscos existentes e que favoreçam a análise criteriosa alinhada às Políticas e Normas da Empresa;
- t) Combater o desperdício de tempo, materiais, insumos, equipamentos e pessoal, não postergando decisões de redução dos custos, sem prescindir da qualidade;
- u) Priorizar, na execução dos serviços a utilização de equipamentos e insumos adequados e que busquem a melhor relação custo x benefício, alinhado ao planejamento da Empresa;
- v) Realizar a Administração Contratual conforme escopo com a finalidade de garantir o cumprimento das obrigações assumidas nos contratos com Clientes ou pelos/com os parceiros externos e internos; monitorar desvios na execução contratual e agir para restabelecer seu equilíbrio, gerar e armazenar registros que resguardam direitos e previnam juridicamente a Empresa;
- x) Garantir o zelo e a adequada manutenção dos bens lotados na área (o pleno funcionamento).

Caberá especificamente à Diretoria Executiva como área estratégica focada na sustentabilidade da Empresa:

- a) Assegurar a elaboração e disseminação das Políticas Empresariais (Diretrizes) e prover o acompanhamento no cumprimento delas;
- b) Elaborar, validar, divulgar, atualizar o Código de Conduta, assim como assegurar o cumprimento deste por todos os colaboradores da Empresa, através das respectivas lideranças, quanto à: legitimação, a disseminação, o tratamento, a resolução de denúncias e o aprimoramento;
- c) Combater diretamente todas as práticas que firam o Código de Conduta, disponibilizando ferramentas e recursos que facilitem o acesso à informação, garantam o sigilo das fontes, permitam a apuração imparcial dos fatos e a implantação de ações preventivas e corretivas eficazes;

POLÍTICA DE SEGURANÇA EMPRESARIAL – PROGRAMA DE INTEGRIDADE
LPC LABORATÓRIO E VACINAS



d) Conceber e gerenciar plano de gerenciamento de crise ou qualquer situação que possa comprometer a sobrevivência do LPC, ou seja, impactam na integridade das pessoas, nos ativos, na reputação e imagem da Empresa.



I. TÍTULO

Política de Gestão de Pessoas - GP

II. INTRODUÇÃO

Esta Política deve nortear as normas e procedimentos que sustentam todo o processo de Gestão de Pessoas, em consonância com outras Políticas da Empresa, dentre elas: Política de Segurança Empresarial.

Com base no Modelo de Gestão do LPC, por princípio, as pessoas são todos os Colaboradores que atuam desde o âmbito operacional até o estratégico, ocupando cargos de liderança, ou não, na Empresa.

Consciente de que **“tudo que existe de concreto em uma Empresa são as pessoas, seus negócios e a comunicação entre elas”** o LPC reconhece que a sua sobrevivência e crescimento estão diretamente vinculados ao engajamento, desenvolvimento e formação dos Colaboradores.

Desta forma, é delegada à área de Gestão de Pessoas a responsabilidade de internalizar e praticar esta Política, sendo a sua principal guardiã e assegurando a prática em todos os âmbitos da Empresa: Estratégico, Empresarial e Operacional.

III. OBJETIVO

A Política de Gestão de Pessoas (GP) define as diretrizes gerais relacionadas às pessoas, abrangendo todo o ciclo de permanência do Colaborador na Empresa, desde o recrutamento até a rescisão.

Essas diretrizes contemplam cada subsistema que compõe a Gestão de Pessoas e comprometem-se a atender aos requisitos legais aplicáveis, em especial, à CLT (Consolidação das Leis Trabalhistas), Acordos e Convenções Coletivas de Trabalho (ACT/CCT) e o Código de Ética e Conduta.

IV. ABRANGÊNCIA/APLICAÇÃO

Esta Política aplica-se a toda Empresa.

V. DIRETRIZES GERAIS

1. Os Colaboradores são o ativo mais importante do LPC. Cabe à área de Gestão de Pessoas assegurar um sistema de gestão que valorize o potencial das pessoas e gere ambiên-



cia organizacional favorável à motivação, levando-as a contribuir e se comprometerem com a excelência do desempenho e dos resultados empresariais;

2. Os profissionais da área de Gestão de Pessoas do LPC devem ser capazes de compreender as estratégias e necessidades dos negócios da Empresa e apoiar no tipo de estrutura necessária à operação e na sustentabilidade da marca. Esses profissionais devem não só ter sensibilidade para entender como as relações humanas se constroem no ambiente de trabalho, mas também precisam ter o pragmatismo para propor soluções que fortaleçam a motivação e produtividade da Empresa;

3. Deve a área de Gestão de Pessoas ser um forte aliado na gestão das mudanças que precisam ser implementadas, a fim de conciliar as demandas internas e de mercado com a cultura e o modelo de gestão;

4. A Gestão de Pessoas deve ser capaz de mapear as competências essenciais que trazem resultado mais rápido e efetivo à Empresa e valorizar a meritocracia;

5. Todos os Colaboradores do LPC devem ser treinados no Código de Conduta, sem exceções. O desconhecimento do Código, das leis, regras e regulamentos aplicáveis, as Políticas, Normas e os Procedimentos do LPC, ou das boas práticas de negócios não será mais aceito como justificativa para violação aos princípios definidos no Código;

6. Investir em programas e projetos que favoreçam a construção e manutenção de um bom clima organizacional e valorize a troca de conhecimento e experiência entre as gerações anteriores, atuais e futuras, através de um ambiente de aprendizagem e crescimento profissional é uma prioridade do LPC;

7. A Gestão de Pessoas, sem excluir a responsabilidade indelegável dos gestores, é que deve nortear a Empresa na capacitação de seus atuais e futuros líderes, inclusive substitutos e sucessores e orientá-los na preparação de Colaboradores habilitados a assumir funções cada vez mais complexas e gratificantes.

8. É objetivo da Empresa manter seu quadro efetivo precisamente dimensionado para atender os resultados propostos a cada uma das áreas da Empresa, conforme plano Estratégico vigente;

9. Frente a novas oportunidades de trabalho deve-se privilegiar o aproveitamento da equipe, através de processo seletivo interno e incorporação das "indicações" de candidatos;

10. A análise dos processos de Transferência de Pessoal (TP) deve considerar os interesses da Empresa e a relação custo x benefício (avaliação de desempenho e Plano de Cargos e Salários);

POLÍTICA DE GESTÃO DE PESSOAS - GP
LPC LABORATÓRIO E VACINAS



11. Deve-se manter atual e dinâmico o Programa de Cultura para fortalecer, atualizar e alinhar os princípios, conceitos e critérios que norteiam a gestão da Empresa, é condição indispensável para a permanência do Colaborador na Empresa.
12. A metodologia para determinação da Remuneração Total (fixa/variável/benefícios) deve ser norteada pela valorização do desempenho e dos resultados alcançados, de forma transparente, para garantir o equilíbrio interno da Empresa e a competitividade em seu segmento de atuação;
13. A progressão e promoção das pessoas na Empresa devem fundamentar-se no PCS – Plano de Cargos e Salário;
14. Qualquer concessão habitual feita aos Colaboradores por liberalidade do LPC, que exceda ao estabelecido na CLT, ACT ou CCT, deve ser expressamente autorizada pela Diretoria Executiva, após estudo específico realizado pela área de Gestão de Pessoas.
15. Treinar e desenvolver pessoas é a garantia da sustentabilidade da Empresa através da gestão do conhecimento e transferência de experiências (educação continuada), dentro e fora dela com foco no aumento da produtividade, formação de sucessores (líderes e técnicos) e, conseqüentemente, os resultados da Empresa;
16. Deve ser assegurado o cumprimento da legislação trabalhistas vigente no país, alinhado com as atualizações ocorridas na área, efetuando as mudanças necessárias com agilidade e precisão, respeitando todos os direitos conquistados pelos Colaboradores e resguardando a Empresa dos riscos de processos trabalhistas abusivos.

POLÍTICA DE SERVIÇOS MÉDICOS.

LPC LABORATÓRIO E VACINAS



I. TÍTULO

Política de Serviços Médicos.

II. INTRODUÇÃO

Esta Política deve nortear as normas e procedimentos que sustentam todos os processos do Núcleo Técnico e Vacinação, em consonância com outras Políticas da Empresa, dentre elas: Política de Segurança Empresarial.

Desta forma, é delegada à Diretoria Médica a responsabilidade de internalizar e disseminar esta Política, sendo a sua principal guardiã e assegurando a prática em todos os âmbitos da Empresa: Estratégico, Empresarial e Operacional.

III. OBJETIVO

Este documento tem a finalidade de estabelecer as diretrizes dos Serviços Médicos, com foco em garantir a integração de premissas com as Unidades de Negócio, garantindo a segurança empresarial de todos os processos.

IV. ABRANGÊNCIA/APLICAÇÃO

Esta Política aplica-se à toda Empresa.

V. DIRETRIZES GERAIS

- a) Disseminar as melhores práticas da Medicina Preventiva e Diagnóstica, para garantir a atualização e multiplicação do know-how pertencente ao LPC, além de competitividade;
- b) Realizar estudos clínicos para promover atualização técnica-científica da equipe e imagem acadêmica e do LPC;
- c) Estar comprometidos permanentemente com o desenvolvimento de produtos e serviços adequados às necessidades de nossos clientes, pesquisando soluções inovadoras e de qualidade;
- d) Buscar sempre novas tecnologias (inovar) que impactem na otimização dos processos e promovam maior e melhor competitividade;
- e) Assegurar a formação de equipes multidisciplinares que garantam adequadamente a realização dos estudos e formatação de propostas técnico-comerciais competitivas no mercado;

POLÍTICA DE SERVIÇOS MÉDICOS.

LPC LABORATÓRIO E VACINAS



- f) Garantir a integralidade, rastreabilidade, histórico e confiabilidade das informações apresentadas em todos os documentos técnicos, incluindo laudos, visando à segurança empresarial;
- g) Garantir a precisão, exatidão e confiabilidade dos nossos serviços e produtos;
- h) Agir em parceria e alinhamento com a área Comercial, Marketing e as Unidades de Negócio na condução das tratativas com os Clientes e salvaguardar a segurança do paciente e os interesses da Empresa;
- i) Guardar, manter e controlar toda documentação técnica da Empresa, resguardando-a juridicamente;
- j) Estabelecer e manter canal de fácil acesso aos médicos demandantes para entender e atender às necessidades e expectativas legítimas, trocar informações críticas e fornecer apoio técnico especializado e qualificado;
- k) Atender a legislação vigente aplicável ao negócio, observando as obrigações acessórias junto aos órgãos públicos;

VI. ANÁLISES CLÍNICAS

- a) Posicionar-se sempre na vanguarda tecnológica, incorporando novos exames e equipamentos de ponta;
- b) Fazer uso de toda a tecnologia disponível e acessível a nosso favor para aumentar a produtividade, reduzir custos, evitar erros, garantir a rastreabilidade dos processos, garantir a máxima eficácia e eficiência dos processos o que inclui comunicação com clientes, garantia de prazos, etc.;
- c) Implantar e manter programa de controle interno da Qualidade e participar de programa renomado de Avaliação Externa da Qualidade, que contemplem de forma regular a verificação da precisão e exatidão analíticas de todos os exames realizados;
- d) Garantir sistemática eficaz e eficiente no tratamento e na comunicação dos resultados críticos e qualquer outra comunicação necessária com o paciente e/ou parceiros;
- e) Promover ambiente de confiança e atendimento diferenciado aos Laboratórios Parceiros, que impacte positivamente na credibilidade dos nossos serviços e na qualificação positiva da nossa imagem, gerando sinergia que leve à redução de custos e uso da capacidade ociosa.

VII. VACINAS

POLÍTICA DE SERVIÇOS MÉDICOS.

LPC LABORATÓRIO E VACINAS



- a) Utilizar imunobiológicos referenciados e aprovados pela ANVISA;
- b) Garantir a conservação e integridade das vacinas;
- c) Garantir orientação e utilização dos imunobiológicos de acordo com as normas vigentes;
- d) Seguir as orientações vigentes, apoiando o médico e os pacientes na orientação das diversas indicações dos imunobiológicos para as diferentes faixas etárias e comorbidades;
- e) Garantir a acurácia do estoque a fim de não gerar custos, desperdícios e/ou insegurança dos processos;
- f) Promover ambiente de confiança e atendimento diferenciado aos Parceiros Internos e Externos, gerando sinergia que impacte em aumento de produtividade e da credibilidade dos nossos serviços e na qualificação positiva da nossa imagem, assim aumentando nossa produtividade e visibilidade.

POLÍTICA DE ATENDIMENTO

LPC LABORATÓRIO E VACINAS



I. TÍTULO

Política de Atendimento.

II. INTRODUÇÃO

Esta Política deve nortear as normas e procedimentos que sustentam todo o processo operacional da Linha do Negócio, em consonância com outras Políticas da Empresa, dentre elas: Política de Segurança Empresarial.

Desta forma, é delegada à Diretoria Médica a responsabilidade de internalizar e praticar esta Política, sendo a sua principal guardiã e assegurando a prática em todos os âmbitos da Empresa: Estratégico, Empresarial e Operacional.

III. OBJETIVO

Este documento tem a finalidade de estabelecer as diretrizes gerais, com foco em garantir a gestão eficaz e eficiente do planejamento, dimensionamento, execução e acompanhamento das Unidades de Negócio, assegurando: cumprimento do contrato celebrado, satisfação do Cliente, resultados de imagem, produtividade, rentabilidade com liquidez, desenvolvimento e formação de pessoas, sem prescindir da Segurança Empresarial.

IV. ABRANGÊNCIA/APLICAÇÃO

Esta Política aplica-se a toda Empresa.

V. DIRETRIZES GERAIS

O Diretor Executivo delega a todos os Líderes do LPC a concretização das seguintes diretrizes:

- a) O Cliente e a sua satisfação são responsabilidade de todos da Empresa. Logo, o Colaborador que estiver no momento em contato com o Cliente e solicitar apoio deve ter e ser a prioridade de todos os Colaboradores e parceiros externos;
- b) O limite da satisfação do Cliente é a Segurança Empresarial e os valores do LPC;
- c) Todas as áreas devem estar preparadas para esclarecer de forma ágil e consistente qualquer dúvida inerente às suas atividades com impacto direto no Cliente;
- d) O contato com o público em geral deve ser pautado na essência do cuidado e no enfoque na contribuição, adequando a abordagem, praticando a empatia, ou seja, colocando-se no lugar do outro, procurando entender o seu ponto de vista, preocupando-se se a mensagem foi realmente compreendida, sendo cuidadoso com as informações sensíveis e mostrando-se

POLÍTICA DE ATENDIMENTO

LPC LABORATÓRIO E VACINAS



disponível para esclarecer;

- e) Imprimir ritmo compatível com as expectativas dos Clientes em resposta às solicitações;
- f) Estabelecer e cumprir prazos dentro das expectativas do Cliente, sem descuidar da Segurança Empresarial;
- g) Buscar continuamente resultados que visem à satisfação dos Clientes. Para tal, é importante acompanhar frequentemente os indicadores específicos e atuar prontamente nos desvios;
- h) Implantar processos e ferramentas de gestão e monitoramento que permitam o acompanhamento e garantam o atendimento integral de todo serviço prestado;
- i) Definir, aplicar e divulgar regras claras relacionadas às tratativas das reclamações e repetição dos serviços;
- j) Garantir a atualização e disponibilização de informações precisas e confiáveis, esclarecendo os Clientes e mantendo-os bem informados;
- b) Atentar para a possibilidade de antecipar-se aos problemas (ações preventivas) e contribuir com o todo sempre que perceber algo que possa estar prejudicando a imagem do LPC, mesmo que, a princípio, sob a responsabilidade de outra área;
- k) Prover orientação técnica especializada adequada às necessidades de cada Cliente, seja este pessoa física ou jurídica;
- l) Garantir a integração e relação matricial entre as áreas de atendimento e as áreas de apoio corporativas, assegurando os ajustes de processos que têm reflexo no atendimento prestado aos Clientes;
- m) Fomentar a troca de informações entre as áreas para antever possíveis impactos decorrentes das ações internas ou de regulamentação do setor para antecipar-se às demandas e preparar o atendimento a ser prestado;
- n) Dominar o contrato celebrado com o Cliente, independente do serviço prestado, atentando-se para escopo, custo, prazo, recursos humanos, atendimento a legislação, normas técnicas e qualidade dos serviços.

As diretrizes acima, dirigidas a todas as áreas do LPC, não eximem a Área de Atendimento do seu papel primordial. Por isso, existem diretrizes essenciais a serem seguidas pelos profissionais das Unidades de Negócio sejam estes Líderes, Colaboradores e/ou Parceiros Externos.

POLÍTICA DE ATENDIMENTO

LPC LABORATÓRIO E VACINAS



O Diretor Executivo delega ao Diretor Médico, responsável pelas áreas de contato com clientes e o público em geral, a concretização das seguintes diretrizes:

- a) Todos devem ser obstinados e ter compromisso permanente com a excelência do atendimento ao Cliente, que é a arte de fazer tudo da melhor forma possível com os recursos disponíveis em um dado momento;
- b) As Lideranças envolvidas devem participar do planejamento de novas Unidades de Negócio para contribuir com a visão executiva, principalmente no levantamento, compartilhamento e mitigação de riscos no negócio, de modo a ter o domínio da nova unidade e garantir os resultados pactuados com a Empresa;
- c) Disponibilizar Pessoas, Processos e Informações suficientes para que as Unidades de Negócio tenham alta performance;
- d) Promover a colaboração entre as Unidades de Negócio, sempre buscando o melhor para o LPC como um todo;
- e) Identificar expectativas e necessidades dos Clientes; adaptar-se rapidamente as expectativas, visar as reais necessidades no longo prazo, capacitando-se para atendê-las ou para orientar o Cliente;
- f) Visar à qualidade de processos, serviços e produtos com eficácia e eficiência;
- g) Ter agilidade e segurança na tomada de decisão;
- h) Garantir e manter a infraestrutura ideal, padronizada e adequada das instalações físicas, itens facilitadores, equipamentos e ferramentas de trabalho, além de garantir a boa higiene das áreas e ambiente agradável;
- i) As equipes das Unidades de Negócio devem ser bem dimensionadas, comprometidas com o Espírito de Servir, engajadas, treinadas e capacitadas para melhor atender aos nossos Clientes, tornando-se referência no mercado local;
- j) Atuar com profissionalismo, agilidade, pontualidade e flexibilidade;
- k) Disponibilizar diferentes canais de relacionamento, adequados às características e necessidades da Empresa e seu público;
- l) Deve-se investir em ferramentas apropriadas para o gerenciamento das informações do atendimento, com o intuito de gerar subsídios na elaboração de ações de relacionamento;

POLÍTICA DE ATENDIMENTO

LPC LABORATÓRIO E VACINAS



m) Atuar de forma preventiva em relação à Segurança Empresarial, evitando eventos adversos e, principalmente, processos judiciais.



I. TÍTULO

Política de Comunicação Interna.

II. INTRODUÇÃO

Esta Política deve nortear as normas e procedimentos que sustentam todo o processo de Comunicação Interna, em consonância com outras Políticas da Empresa, dentre elas: Política de Segurança Empresarial.

A inteligência de toda Empresa depende de como sua cultura é divulgada. Entendendo-se cultura como a somatória de todos os conhecimentos e experiências adquiridos, estando estes sob a responsabilidade das pessoas ou expressos em documentos. Portanto, para que qualquer negócio seja bem sucedido, a boa comunicação passa a ser fator determinante.

Comunicar é **tornar a essência e os objetivos comuns; é estimular a criatividade e a inovação** (promover a soma das partes, dando a liberdade de dizer o que se pensa e sente); é **gerar impacto na produtividade** (fazer mais e melhor, focando no que é o certo para a Empresa e não em quem está certo).

Logo, a Comunicação interna eficaz e eficiente deve:

- ✓ Ser direcionada para a pessoa certa, no momento certo e da forma certa;
- ✓ Ser clara, transparente e objetiva;
- ✓ Ser sistematizada e frequente;
- ✓ Ser mensurada através dos resultados;
- ✓ Usar com bom senso os recursos de informação;
- ✓ Gerar informações inteligentes e úteis para a tomada de decisões, que impactem na imagem e na produtividade.

A comunicação pressupõe o entendimento completo da ideia ou fato a ser transmitido, priorizando o **DNA: Diálogo, Negociação e Acordo entre as partes**.

A Comunicação Interna do LPC deve se embasar em três elementos:

- ✓ Consciência (pensamento e desejo forte de realizar algo);
- ✓ Coerência (atitude proativa de realizar e fazer acontecer o que foi pactuado);
- ✓ Consistência (conquista de resultados para os Clientes e, conseqüentemente, para a Empresa).

III. OBJETIVO

Promover a comunicação integrada nas e entre as áreas de apoio e linha da Empresa, de forma



planejada, padronizada, disciplinada, coordenada e sinérgica, tendo como base a Missão, Visão e Valores, visando ampliar e consolidar as riquezas morais (valores), intelectuais (know-how) e materiais, sem prescindir do Código de Conduta.

IV. ABRANGÊNCIA/APLICAÇÃO

Esta Política aplica-se a toda Empresa.

V. DIRETRIZES GERAIS

- a) Ainda que a Diretoria Executiva seja a responsável por Comunicação Interna no LPC, todos os Colaboradores, independente de âmbito de atuação ou Cargo, são responsáveis por assegurar a comunicação eficaz e eficiente;
- b) Os profissionais da área de Comunicação devem ser capazes de dominar a cultura e conhecer os negócios da Empresa, para elaborar e implantar o Plano de Comunicação, que atenda às necessidades das áreas e da Empresa como um todo;
- c) Para que haja eficiência na comunicação interna, é de fundamental importância conhecer em profundidade o público interno da Empresa. No LPC, o contato pessoal deve ser estimulado para que se estabeleça uma relação de parceria com confiança entre as pessoas que compõe a Empresa.
- d) A Comunicação Interna deve ter como **premissas de atuação:**
 - ✓ Estimular a diversidade de pensamentos, a multiplicidade de ideias e proposições e a troca de informações por meio do diálogo e não dos conflitos, dentro do prazo desejado;
 - ✓ Respeitar à individualidade, sem perder de vista os interesses gerais da Empresa e a sua sobrevivência;
 - ✓ Imprimir profissionalismo e leveza no fluxo de comunicação, em todas as direções, estimulando a essência do cuidado e o enfoque na contribuição;
 - ✓ Mobilizar, motivar e integrar o Colaborador através da criação de um clima que favoreça a realização profissional e pessoal;
 - ✓ Preparar a Empresa para conviver e entender melhor as pressões sociais externas e internas;
 - ✓ Disseminar os temas pertinentes à Empresa, estabelecendo ações de comunicação permanentes e com credibilidade;
 - ✓ Estabelecer uma linguagem única a fim de reduzir ao mínimo, o ruído da comunicação.



I. TÍTULO

Política Comercial, Marketing e Comunicação Institucional.

II. INTRODUÇÃO

Esta Política deve nortear as normas e procedimentos que sustentam todo o processo das áreas Comercial, Marketing e Comunicação Institucional, em consonância com outras Políticas da Empresa, dentre elas: Política de Segurança Empresarial.

Desta forma, é delegada à Diretoria Executiva e à Diretoria Médica a responsabilidade de internalizar e praticar esta Política, sendo a sua principal guardiã e assegurando a prática em todos os âmbitos do LPC: Estratégico, Empresarial e Operacional.

III. OBJETIVO

Este documento tem a finalidade de estabelecer as diretrizes voltadas às suas operações comerciais (prospecção, estruturação, negociação e fechamento de contrato), ações de marketing e de comunicação institucional, com o fim de se obter os melhores e maiores resultados de imagem, produtividade e rentabilidade com liquidez, para a Empresa, sem prescindir da Segurança Empresarial.

IV. ABRANGÊNCIA/APLICAÇÃO

Esta Política aplica-se a toda Empresa.

V. DIRETRIZES GERAIS

ÁREA COMERCIAL:

- a) Consolidar na área Comercial todas as oportunidades comerciais identificadas para assegurar, de forma estruturada, as análises e priorizações dos estudos e propostas;
- b) Buscar atuar onde haja demanda por serviços de Análises Clínicas e Vacinas;
- c) Desenvolver as oportunidades, de forma integrada, unindo as experiências em Medicina Diagnóstica e Preventiva;
- d) Buscar as melhores oportunidades de negócios no mercado de Medicina Diagnóstica e Preventiva, visando obter melhores e maiores resultados de imagem, produtividade e rentabilidade com liquidez;
- e) Estabelecer critérios de seleção, priorização e aprovação das oportunidades, de



acordo com o Plano Estratégico e Programas de Ação, buscando eficácia e eficiência para atender os resultados globais da Empresa;

f) Buscar alianças estratégicas com parceiros que possuam competências técnicas complementares àquelas da Empresa, para desenvolvimento de soluções otimizadas e tecnicamente adequadas a cada oportunidade;

g) Subsidiar a Diretoria Executiva na escolha de parcerias comerciais com empresas econômico e financeiramente sustentáveis, que observem a legislação vigente aplicável à sua atividade e que adotem padrões éticos e de sustentabilidade compatíveis com os da Empresa;

h) Estruturar e garantir a manutenção de banco de dados e informações de negócios e/ou Clientes para subsidiar a tomada de decisão sobre as oportunidades;

i) Participar diretamente das associações de classe e em grupos formadores de opinião que congreguem empresas e profissionais dos setores de atuação da Empresa;

j) Promover ambiente de parceria com as empresas que são Clientes do LPC, estabelecendo, sempre que possível, relações duradouras consolidadas pela confiança mútua, pela transparência nas negociações e pelo ambiente de cooperação, favorecendo a construção de canal de fácil acesso para a solução de problemas, negociações, sugestões e tratamento de reclamações.

MARKETING E COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL:

k) As ações de marketing devem visar à construção de um relacionamento sólido e duradouro com as partes interessadas e procurar satisfazer as necessidades destes por meio de produtos e serviços de qualidade que correspondam às características anunciadas e expectativas, sem falsas promessas. Essas ações devem expressar as ofertas e/ou mensagens de maneira clara, cumprindo o que é acordado;

l) Todas as ações/projetos devem reforçar a Cultura do LPC e seu compromisso com a sociedade;

m) A comunicação das ações de marketing deve ser executada de forma transparente, ética e responsável, baseadas em dados concretos e confiáveis, assegurando que nenhuma comunicação seja de natureza enganosa ou abusiva, e/ou que cause constrangimento e/ou incite qualquer forma de violência e/ou discriminação. Além disso, certificar que nenhuma comunicação publicitária abuse da confiança do consumidor, não explorando sua eventual falta de experiência ou de conhecimento, bem como não se apoie no medo ou em superstições;

n) As ações de marketing devem ser feitas de forma integrada, utilizando um conceito padrão, com temáticas e estética pré-estabelecidas, porém com linguagem de acordo com o



tipo de canal utilizado;

o) Todas as ações devem partir de um planejamento prévio, baseado em um plano de mídia, pactuado com a Diretoria;

p) Os canais de comunicação e atendimento devem ser diversificados para estimular e facilitar o diálogo e a troca de experiências com o consumidor, com o objetivo de satisfazer as partes envolvidas, no menor intervalo de tempo possível;

q) Os diversos canais de comunicação podem ser utilizados para promoção de campanhas institucionais ou de relacionamento com Clientes, visando o fortalecimento de marca ou o incremento das vendas, desde que pactuados previamente com a Diretoria e baseados em Valores da Empresa;

r) Toda campanha publicitária deve ser antes lançada internamente, seja através de evento específico, avisos ou por e-mails. Assim, todos ficam sabendo o que está sendo comunicado ao Cliente e os compromissos assumidos;

s) Atender a legislação vigente, em especial ao Código Brasileiro de Auto-regulamentação Publicitária e o Código de Ética Médica, observando as obrigações acessórias junto aos órgãos públicos.



I. TÍTULO

Política de Compras e Contratação de Serviços.

II. INTRODUÇÃO

Esta Política deve nortear as normas e procedimentos que sustentam todo o processo de Suprimentos, em consonância com outras Políticas da Empresa, dentre elas: Política de Segurança Empresarial.

Dessa forma, é delegada à Coordenação Administrativa a responsabilidade de internalizar e disseminar a Política, sendo a sua principal guardiã e assegurando a prática em todos os âmbitos da Empresa: Estratégico, Empresarial e Operacional.

III. OBJETIVO

Este documento tem a finalidade de estabelecer as diretrizes gerais de Suprimentos, com foco em garantir os melhores e maiores resultados de imagem, produtividade e rentabilidade com liquidez, para a Empresa e Cliente, ou seja:

- a) Qualificação, aquisição, recebimento, armazenamento e distribuição de bens (materiais, equipamentos e peças);
- b) Qualificação de prestadores de serviços, assim como o atendimento de requisitos legais aplicáveis e a certificação da execução dos serviços (avaliação) prestados.

IV. APLICAÇÃO

Esta Política aplica-se a toda Empresa.

V. DIRETRIZES GERAIS

- a) O parâmetro básico para compras e contratações é o de maior qualidade com o menor preço, inclusive considerados os custos diretos e indiretos na avaliação; Buscar oportunidades e redução de custos/desperdício através de ganho de escala e sinergia entre as áreas internas da Empresa, por meio de planejamento antecipado da demanda pelo solicitante, incluindo as negociações corporativas, bem como "sobras" que geram desperdício;
- b) Buscar otimizar o estoque, tornando-o o mais enxuto possível, garantindo que tenha o necessário para abastecer os setores, através do controle preciso sobre o fluxo e giro do estoque em geral, planejamento e previsão de demanda, assim como realocação de recursos e itens;
- c) Ter domínio integral do contrato, desde a sua negociação até o seu distrato, para

POLÍTICA DE COMPRAS E CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS

LPC LABORATÓRIO E VACINAS



que a sua execução aconteça conforme o que foi pactuado;

d) Assegurar que as empresas fornecedoras e/ou prestadoras dos serviços contratadas sejam legalmente constituídas e possuam comprovada idoneidade e capacidade técnico-econômica, socioambiental e administrativo-trabalhista para assunção das responsabilidades contratuais;

e) Promover a concorrência em condições de iguais oportunidades entre os fornecedores de bens e serviços, por meio de um processo de qualificação, requisitos técnicos, empresariais, econômico-financeiros e socioambientais;

f) Promover ambiente de parceria com os fornecedores e fabricantes, estabelecendo, sempre que possível, relações duradouras consolidadas pela similaridade de valores, pela confiança mútua, pela transparência nas negociações e pelo ambiente de cooperação;

g) Acertar condições de pagamento condizentes com a Norma Administrativa e Financeira;

h) São vedadas as compras/contratações nos casos em que haja algum grau de parentesco entre algum envolvido na compra/contratação e o fornecedor de tais bens ou prestador de serviços. Para os fins desta Política, o grau de parentesco é definido como até o quarto grau de consanguinidade e segundo grau de afinidade, salvo em caso de aprovação prévia da diretoria;

i) Garantir o zelo e a adequada manutenção dos bens (o pleno funcionamento). Para se desfazer dos mesmos, só a partir de uma análise que comprove a inviabilidade técnica/econômica para todas áreas da Empresa;

j) 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;

k) Buscar o desenvolvimento dos Colaboradores, tanto do corpo técnico e quanto gerencial, através do estabelecimento de parcerias com fornecedores e prestadores de serviços, sem gerar qualquer ônus para a Empresa;

l) Será caracterizada como emergência, a necessidade premente de atendimento que possa ocasionar prejuízo ou comprometer o trabalho e/ou obrigações contratuais e que não pôde ser prevista antecipadamente de forma adequada pela Empresa.



I. TÍTULO

Política da Tecnologia da Informação (TI).

II. INTRODUÇÃO

Esta Política deve nortear as normas e procedimentos que sustentam todo o processo de TI, em consonância com outras Políticas da Empresa, dentre elas: Política de Segurança Empresarial.

O incremento contínuo da importância da TI no universo corporativo, acarretada pela necessidade de manutenção da competitividade da Empresa e da garantia de segurança da informação, traz o desafio de se buscar, constantemente, inovações e atualizações tecnológicas.

A inteligência de toda Empresa depende de como sua cultura é difundida. Entendendo-se cultura como a somatória de todos os conhecimentos e experiências adquiridos, estando estes sob a guarda de pessoas ou expressos em documentos. Portanto, para que qualquer negócio seja bem sucedido, a boa comunicação passa a ser determinante.

Comunicar-se, é tornar a essência e objetivos comuns; estimular a criatividade/inovação através da integração entre as áreas e gerar impacto na produtividade (fazer mais e melhor).

Logo, o foco da TI é contribuir para a garantia de uma comunicação eficaz e eficiente:

- ✓ Transparente, objetiva e clara;
- ✓ Sistematizada e frequente;
- ✓ Mensurada através dos resultados;
- ✓ Usa com bom senso os recursos de informação;
- ✓ Gera informações inteligentes e úteis para a tomada de decisões.

Desta forma, é delegada à Coordenação Administrativa a responsabilidade de internalizar e praticar esta Política, sendo a sua principal guardiã e assegurando a prática em todos os âmbitos da Empresa: Estratégico, Empresarial e Operacional.

III. OBJETIVO

Este documento tem a finalidade de estabelecer as diretrizes gerais da TI, com foco em garantir a segurança da informação em meio eletrônico, a implantação e disponibilidade dos recursos necessários ao desempenho das atividades, quais sejam:

- a) Infraestrutura;
- b) Sistemas e programas.



IV. ABRANGÊNCIA/APLICAÇÃO

Esta Política aplica-se a toda Empresa.

V. DIRETRIZES GERAIS

- a) Priorizar soluções preventivas e internas de TI em todos os processos, desde que sejam evidenciadas que impactem positivamente na relação custo x benefício para a Empresa;
- b) Envolver a assessoria de TI previamente à aquisição e à locação de recursos de TI, para que esta possa efetuar o parecer técnico;
- c) Identificar, planejar, implantar, atualizar, garantir o funcionamento, a manutenção e o monitoramento dos recursos de TI, provendo ambiente necessário e seguro ao correto funcionamento da Empresa, em conformidade com a legislação, as regulamentações, as normas e os procedimentos internos;
- d) Gerenciar os recursos de TI, identificando oportunidades de melhoria e aumento de produtividade;
- e) Garantir a segurança da informação, gerando confiança entre todos os Colaboradores e Parceiros (usuários), ao armazenar e proteger a informação que seja capaz de ensejar vantagens competitivas;
- f) Garantir a confidencialidade e sigilo da informação, concedendo acesso somente aos usuários devidamente autorizados, assim como garantir a atualização constante desses usuários;
- g) Assegurar a disponibilidade da informação em tempo hábil, permitindo a obtenção de acesso e a transmissão da informação sempre que necessário e de forma rápida, a fim de suportar com eficiência os requisitos do negócio;
- h) Planejar e gerenciar projetos de TI, buscando otimizar o prazo, o custo e a qualidade dos processos, ao minimizar possíveis impactos decorrentes das suas mudanças;
- i) Implantar, controlar e orientar a aplicação e uso de sistemas e programas, certificando-se que toda a Empresa respeite direitos autorais, regras de licenciamento, direitos de propriedade, privacidade e proteção da propriedade intelectual;
- j) Manter atualizadas as versões de todos os sistemas e programas implantados na Empresa;
- k) Utilizar recursos de informática estritamente para atender às atividades relacio-

POLÍTICA DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO (TI)
LPC LABORATÓRIO E VACINAS



nadas ao trabalho, não sendo permitido navegar, buscar, propagar ou divulgar material ilícito;

l) Armazenar corretamente as informações em local definido pela Coordenação Administrativa. Todo trabalho criado por Colaboradores, Parceiros ou Terceiros, em serviço, é de propriedade da Empresa;

m) Não divulgar ou repassar tecnologias, metodologias, procedimentos e outras informações relacionadas aos negócios da Empresa, salvo com autorização da(s) Diretoria(s) competente(s).



I. TÍTULO

Política de QSMS - Qualidade e Sistemas Integrados (Segurança, Meio Ambiente e Saúde).

II. INTRODUÇÃO

Esta Política deve nortear as normas e procedimentos que sustentam todos os processos de QSMS, em consonância com outras Políticas da Empresa, dentre elas: Política de Segurança Empresarial.

O Sistema de QSMS incorpora às rotinas da empresa não só a excelência e o controle de seus processos produtivos, como também a redução de afastamentos e acidentes de trabalho e a prevenção da poluição ao meio ambiente.

Saber gerir a qualidade dos produtos e serviços oferecidos pela Empresa é importantíssimo para promover a satisfação dos Clientes e manter a boa reputação diante do público em geral. Por outro lado, a Gestão da Qualidade depende, fundamentalmente, da otimização do potencial humano, isto é, depende de quão bem as pessoas se sentem trabalhando na Empresa. Soma-se a estas questões, a tendência para consolidação de negócios ambientalmente responsável, gerando ganhos de imagem junto à sociedade.

A consistência e força da imagem do LPC dependem de um Sistema de QSMS vivo, em permanente mutação e sempre competitivo.

Desta forma, é delegada à Diretoria Médica a responsabilidade de internalizar e praticar esta Política, sendo a sua principal guardiã e assegurando a prática em todos os âmbitos da Empresa: Estratégico, Empresarial e Operacional.

III. OBJETIVO

Este documento tem a finalidade de estabelecer as diretrizes gerais de QSMS, com foco em:

- a) Assegurar a satisfação crescente do Cliente;
- b) Assegurar a melhoria contínua do Sistema da Qualidade;
- c) Salvar a vida;
- d) Assegurar os processos necessários para identificar e mitigar os perigos e riscos ao paciente, à Saúde, Segurança no Trabalho e Meio Ambiente;
- e) Implementar as medidas de controles operacionais necessárias e legalmente obrigatórias, evitando doenças, lesões no trabalho e a degradação do Meio Ambiente.

IV. ABRANGÊNCIA/APLICAÇÃO



Esta Política aplica-se a toda Empresa.

V. DIRETRIZES GERAIS

- a) Todos devem empenhar-se na consolidação das mudanças imprescindíveis para que o Sistema de Gestão da Qualidade, Segurança, Meio Ambiente e Saúde ocupe posição estratégica e seja incorporado ao dia a dia de cada Colaborador;
- b) Deve haver forte compromisso de todos com a satisfação do Cliente, a melhoria contínua, a busca da excelência e a inovação, além da disciplina no atendimento aos requisitos legais, contratuais e com o cumprimento das Políticas, Normas e Procedimentos da Empresa;
- c) Priorizar a implantação de ações preventivas QSMS para a melhoria de produtividade e redução dos impactos no andamento do serviço;
- d) Além da identificação com a melhoria contínua, é obrigação de cada colaborador zelar por si, por seus parceiros e pelo Meio Ambiente, atuando na identificação e mitigação dos riscos relacionados QSMS, de acordo com as atribuições do Cargo;
- e) Todos os desvios de QSMS devem ser relatados, através de documentos formais e/ou legais de registro e acompanhamento, bem como deve ser garantido que a liderança do autor dos desvios aplique a ele as políticas de consequências, conforme o procedimento de práticas disciplinares da Empresa, quando pertinente.

VI. QUALIDADE

1. Seguir as diretrizes estabelecidas nas Normas nacionais e internacionais de certificação e acreditação selecionadas, sempre estruturadas em documentos e Procedimentos desenvolvidos internamente e que atendam à legislação, as necessidades e expectativas dos Clientes e promovam a melhoria contínua, a busca da excelência e a inovação;
2. Assegurar a manutenção dos selos de certificação/acreditação conquistados pelo Laboratório, através do cumprimento da Política de Qualidade por todas as áreas, da manutenção de desempenho em patamares de excelência no programa externo da Qualidade, além do elevado nível de conformidade em auditoria interna e externa.
3. Buscar constantemente reduzir ao mínimo o risco de dano associado à assistência à saúde, promovendo assim a segurança do paciente.
4. Incentivar ações coordenadas para o gerenciamento do risco na Empresa, sempre realizando a análise prévia dos tipos de riscos, da probabilidade de ocorrência dos eventos e a sua gravidade (consequência).



5. O Líder de cada área deve coordenar e acompanhar a elaboração, validação, divulgação, atualização e a aplicação das Políticas, Normas, Procedimentos e demais documentos da área, sejam eles estratégicos ou operacionais. Por outro lado, os Colaboradores devem cumprir na íntegra todas as diretrizes e ações sobre as quais tratam estes documentos;
6. A área QSMS deve garantir a guarda, manutenção e controle de toda documentação da qualidade da Empresa, resguardando-a juridicamente.

VII. SAÚDE E SEGURANÇA

1. Atender a legislação vigente, em especial às Normas Regulamentadoras – NR do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), relativas à Segurança e Medicina do Trabalho, além de especial atenção à Norma Interna de Biossegurança;
2. Desenvolver, estabelecer e garantir ações para salvaguardar a vida e a segurança dos colaboradores e terceiros, propiciando a valorização e bem-estar destes, assim como incentivar ações de prevenção de riscos;
3. Realizar a difusão constante da cultura de prevenção contra as doenças e acidentes do trabalho, sendo uma obrigação do colaborador zelar por si e por seus colegas;
4. Assegurar o levantamento de todos os perigos e riscos relativos a rotina, processos e ambiente, bem como o desenvolvimento e implantação de mecanismos integrados a eles, que visem mitigar a ocorrência de acidentes, proporcionando um ambiente de trabalho mais seguro e saudável para as pessoas;
5. Fomentar a participação ativa dos Colaboradores na CIPA (Comissão Interna de Prevenção de Acidentes), tanto na prevenção de acidentes como das doenças decorrentes do trabalho, de modo a tornar o trabalho compatível permanentemente com a preservação da vida e a promoção da saúde do trabalhador;
6. Garantir que a atuação dos profissionais da CIPA não sobreponha às responsabilidades das lideranças, devendo atuar de forma complementar na interpretação dos padrões legais e da própria Empresa.

VIII. MEIO AMBIENTE

1. Operar de acordo com a legislação e normalização ambiental vigente, trabalhando para:
 - a. Reduzir riscos ambientais;
 - b. Reduzir a geração de resíduos;
 - c. Utilizar os recursos de forma racional (água, energia, materiais).



2. Otimizar o uso de recursos naturais buscando causar o menor impacto ao Meio Ambiente e à Sociedade.



I. TÍTULO

Política Financeira e Contábil.

II. INTRODUÇÃO

Esta Política deve nortear as normas e procedimentos que sustentam todo o processo Financeiro e Contábil, em consonância com outras Políticas da Empresa, dentre elas: Política de Segurança Empresarial.

A sobrevivência e a credibilidade de uma Empresa dependem de uma gestão financeira e contábil eficaz e eficiente, que se traduz em: disponibilidade operacional de recursos financeiros e liquidez; equilíbrio das contas através de pagamentos tempestivos e aplicação adequada desses recursos, atendimento da legislação aplicável e divulgação de informação contábeis confiáveis.

Desta forma, é delegada à Coordenação Financeira a responsabilidade de internalizar e praticar esta Política, sendo a sua principal guardiã e assegurando a prática em todos os âmbitos da Empresa: Estratégico, Empresarial e Operacional.

III. OBJETIVO

Este documento tem a finalidade de estabelecer as diretrizes da Controladoria (Financeiro, Contábil e Fiscal), com foco em: garantir a gestão econômico-financeira, cumprir a legislação tributária e contábil, apurar resultados fiscais e gerenciais.

IV. ABRANGÊNCIA/APLICAÇÃO

Esta Política aplica-se a toda Empresa.

IV. DIRETRIZES GERAIS

- a) Garantir o equilíbrio econômico-financeiro da Empresa de curto, médio e longo prazos;
- b) Garantir a integridade da Governança financeira e respectiva documentação legal, quanto a adiantamento e prestação de contas de: Fornecedores, Colaboradores, viagens, movimentação de fundo fixo/caixa de unidades de atendimento, alimentação e despesas inerentes a operação do negócio;
- c) Manter os registros contábeis de acordo com a legislação e as práticas de mercado aplicáveis;



- d) Atender a legislação vigente, em especial a legislação tributária, fiscal e contábil aplicáveis ao negócio, observando as obrigações acessórias junto aos órgãos públicos;
- e) Planejar, consolidar, analisar e disponibilizar as informações econômico-financeiras da Empresa, em tempo hábil, que respaldem as tomadas de decisões estratégicas e operacionais nas avaliações e acompanhamentos de projeções e resultados;
- f) Elaborar e acompanhar o planejamento tributário, sem gerar risco de passivo ou contingência fiscal;
- g) Garantir maior rentabilidade e menor risco nas aplicações dos recursos financeiros da Empresa;
- h) Garantir as melhores condições na captação de recursos financeiros quanto às taxas e estruturação das garantias;
- i) Participar e acompanhar os estudos de viabilidade dos Projetos para garantir a sustentabilidade da Empresa quanto a aportes de investimentos e captação de recursos;
- j) Viabilizar a estruturação financeira da operação, projetos e demais investimentos, para garantir a sustentabilidade da Empresa.



LABORATÓRIO E VACINAS