

POLÍTICA DE GESTÃO DE COMERCIALIZAÇÃO**Versão**

1.0

Revisão

02/09/2023

INTRODUÇÃO

A Política de Gestão de Comercialização (PGC) da Operadora de Saúde - Quallity Pró Saúde tem como premissa estabelecer um conjunto de regras que governa as relações entre as empresas, fornecedores, parceiros de negócios, clientes entre outros envolvidos no processo de vendas de planos de saúde e contratualização de prestação de serviços.

Essa política deve ser aplicada para evitar que a Quallity enfrente situações negativas antes, durante e depois de uma venda de planos de saúde, assim como para as relações de contratações.

Para que a PGC atinja a sua excelência, se faz necessário critérios preestabelecidos para uma relação saudável e promissora. Contudo, para atingir bons resultados com todas as relações comerciais, garantindo o lucro, satisfação e resultado, o foco da Quallity é certificar o seu crescimento contínuo, visando a mitigação dos riscos dos processos internos prevenindo e identificando possíveis resultados negativos.

1. OBJETIVO

- 1.1.** A presente Política de Gestão de Comercialização tem como objetivo apoiar o compromisso da Quallity Pró Saúde com a integralidade e ética em suas atividades, conforme estabelecido em suas políticas e normativos internos, visando mitigar os riscos da sua exposição nas relações comerciais, além de reduzir a possibilidade de danos ao seu negócio, à sua imagem e reputação, seja ela por qualquer infração, sanção impostas pela lei vigente ou pela insatisfação do cliente.
- 1.2.** Esta política abrange diretrizes de cunho exclusivo às premissas que governam a relação de venda de planos de saúde.

POLÍTICA DE GESTÃO DE COMERCIALIZAÇÃO

Versão
1.0Revisão
02/09/2023

2. ABRANGÊNCIA E APLICABILIDADE

- 2.1. A PGC é aplicável a todas as interações e relacionamentos comerciais com a Quallity Pró Saúde, setores, parceiros comerciais, prestadores de serviços externos dedicados para atendimentos aos clientes/beneficiários, sendo eles clínicas, hospitais, laboratórios, profissionais de saúde e médicos, empregados, consultores, distribuidores, terceiros, que prestam serviços para a organização. Também se aplica às relações comerciais que fomentam a venda de planos de saúde como as Administradoras de Benefícios, Entidades, Associações, Cooperativas, Corretoras e Corretores, sendo de responsabilidade de todos os integrantes o cumprimento das diretrizes aqui estabelecidas.
- 2.2. A Política deve ser aplicada sempre que a Quallity estabelecer relação comercial, contratual ou de parceria.
- 2.3. A Quallity disponibiliza a comercialização dos seus produtos de forma regional, limitando-a ao Distrito Federal e seu Entorno. Portanto, os serviços médicos e prestadores de serviços de saúde estão disponíveis apenas dentro dessa área específica.

3. TERMOS E DEFINIÇÕES

- **Mercado:** conjunto de consumidores ou organizações que tem interesse em determinado produto ou serviço.
- **Público-alvo:** grupo específico de pessoas ou organizações para os quais uma empresa direciona seus esforços de marketing e tenta atender com seus produtos e serviços.
- **Aumento das vendas:** recepcionar as vendas da empresa, seja através da conquista de novos clientes, do aumento da frequência de compra dos clientes assim como o aumento das vendas para os novos produtos.
- **Segmentação de Mercado:** identificar e definir claramente os segmentos de mercado que a empresa pretende atingir, isso ajuda a direcionar os esforços de

POLÍTICA DE GESTÃO DE COMERCIALIZAÇÃO

Versão
1.0Revisão
02/09/2023

Marketing de forma mais eficaz, adaptando as estratégias para cada grupo de clientes, isso inclui entender as necessidades, desejos e comportamentos.

- **Posicionamento de Mercado:** refere-se à forma como a marca da empresa é percebida pelos consumidores/clientes em relação aos concorrentes. É uma estratégia que busca criar uma imagem única e relevante no mercado, de modo que os clientes a identifiquem de forma diferenciada e a prefiram em relação aos concorrentes.
- **Diferenciação do Produto:** destacar características exclusivas de uma empresa no mercado, através dos produtos e serviços oferece, tornando-a preferencial e mais atraente para os consumidores/beneficiários.
- **Parceria de Negócios Comerciais:** é a forma como a empresa estabelece e mantém relacionamentos estratégicos, com acordos, alianças ou parcerias comerciais.
- **Comercialização:** é o conjunto de atividades e estratégias que envolvem a venda e distribuição de produtos e serviços. Visa colocar os produtos ou serviços disponíveis no mercado de forma eficiente, atendendo às necessidades e demandas dos consumidores.
- **Due Diligence:** É um processo de investigação e análise de uma empresa ou pessoa, realizado antes de concretizar uma transação comercial significativa, mitigando riscos.
- **Preço:** quantidade de dinheiro ou outros recursos que uma pessoa ou empresa deve pagar para adquirir um bem ou serviço. A determinação do preço é uma decisão estratégica que leva em consideração diversos fatores, incluindo a demanda do mercado, a concorrência, a percepção de valor e os objetivos financeiros da empresa.
- **Preço do produto de Plano de Saúde (Atuário):** Esse preço é determinado por atuários, profissionais especializados em análise de riscos e estatísticas, que avaliam diversos fatores para calcular as mensalidades que os clientes devem pagar de acordo com o plano e produto específico.

POLÍTICA DE GESTÃO DE COMERCIALIZAÇÃO

Versão
1.0Revisão
02/09/2023

- **Corretoras e Corretores de Saúde:** são empresas ou profissionais que atuam como intermediários entre empresas ou indivíduos e como seguradoras ou operadoras de planos de saúde. Seu papel é ajudar os clientes a encontrarem e adquirir os planos de saúde que melhor atendem às suas necessidades e orçamento.
- **Administradoras de Benefícios de Saúde:** são empresas especializadas que gerenciam e coordenam planos de saúde e benefícios de saúde para indivíduos, empresas e outras organizações. Seu papel é facilitar a administração e o acesso a serviços de saúde, como planos de saúde, odontológicos. Vinculados ou não a uma entidade de classe.
- **Entidade de Classe:** é uma organização constituída para representar e defender os interesses comuns de seus membros em um determinado setor ou profissão. Essas entidades são formadas por indivíduos ou empresas que compartilham interesses, objetivos ou preocupações comuns e buscam trabalhar coletivamente para promover esses interesses e melhorar as condições em seu campo de atuação. A sua criação é através de Estatuto, onde deve estar elegível a sua comercialização a depender da classe vinculada conforme a Resolução Normativa da Agência Nacional de Saúde Suplementar nº 557.
- **Contratos de planos de Saúde** - instrumento jurídico firmado legalmente entre uma Operadora e uma pessoa física ou jurídica, no contexto de assistência médica e dos planos de saúde, são acordos legais entre uma pessoa ou entidade e uma seguradora ou operadora de planos de saúde. Esses contratos estabelecem as condições e os termos pelos quais os serviços de assistência médica serão prestados e pagos.
- **Setor Comercial e de Vendas:** responsável por todas as atividades relacionadas à aquisição de novos clientes, retenção de clientes existentes e promoção dos produtos e serviços da operadora de saúde. Esse setor desempenha um papel crucial na política de comercialização da operadora, pois está diretamente envolvido na geração de receita e no crescimento do negócio.

POLÍTICA DE GESTÃO DE COMERCIALIZAÇÃO

Versão
1.0Revisão
02/09/2023

- **Abrangência Geográfica:** refere-se à área ou região em que um produto ou serviço está disponível ou é aplicável. Está relacionado às áreas geográficas ou locais em que os planos de saúde da operadora são oferecidos aos clientes. Isso define onde os clientes podem acessar os serviços de saúde cobertos pelo plano.
- **Planos de Saúde:** Serviços que fornecem cobertura médica ambulatorial, hospitalar e dental para indivíduos ou grupos, em troca de um pagamento regular, mensalidades, incluindo consultas médicas, exames, tratamentos, cirurgias e hospitalizações.

4. DIRETRIZES GERAIS

- 4.1.** As diretrizes da Política de Gestão de Comercialização traçam princípios e orientações que norteiam as ações e decisões da Quallity, tendo como base as vendas de planos de saúde, entre outras relações comerciais.
- 4.2.** Cabe a PGC garantir que a recepção de toda a relação comercial seja bem-sucedida e alinhada com o objetivo do negócio. As estratégias devem estar alinhadas com uma abordagem consistente e eficiente para conquistar e manter os clientes, assim como as suas relações comerciais.
- 4.3.** A relação existente entre a Operadora e cliente é estabelecida por meio do Plano de Saúde, que vem a ser um serviço que oferece cobertura e assistência médica a indivíduos ou grupos em troca de um pagamento por mensalidade, com base nas condições e nos termos do contrato.
- 4.4.** A PGC vem garantir ao cliente/beneficiário que, ao contratar um plano de assistência à saúde, a pessoa física ou jurídica está contratando a prestação continuada de serviços ou cobertura de custos assistenciais a preço pré-estabelecido, por prazo indeterminado, com a finalidade de garantir, sem limite financeiro, a assistência à saúde.
- 4.5.** A PGC da Quallity também vem assegurar o cumprimento dos termos e condições dos contratos dos planos de saúde assistenciais de acordo com a Lei

POLÍTICA DE GESTÃO DE COMERCIALIZAÇÃO**Versão**

1.0

Revisão

02/09/2023

nº 9656/98, assim como das Resoluções Normativas da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) que trata do tema, garantindo acesso a cuidados médicos e odontológicos de qualidade.

- 4.6.** Quanto a segmentação de cobertura assistencial contratada, a Quallity oferece diferentes níveis de cobertura, que podem incluir consultas médicas, exames, internações hospitalares, cirurgias, tratamentos de doenças crônicas, medicamentos e serviços odontológicos assim como a aplicação das carências contratuais da aplicação da Cobertura Parcial Temporária (CPT), de acordo com a abrangência, prevalecendo, acima de tudo, as regras e determinados pelo Rol dos Procedimentos e Eventos de Saúde da ANS.
- 4.7.** Os tipos de cobertura assistencial em um plano de saúde podem variar significativamente de acordo com o produto comercializado pela Operadora.
- 4.8.** Importante destacar a criação de um plano estratégico que oriente todas as atividades relacionadas à venda de planos de saúde, de forma consciente saudável e com sustentabilidade.

Gestão Comercial e de Vendas

- 4.9.** É a parte mais crítica do negócio da Operadora de saúde, pois envolve aquisição de novos clientes, a retenção dos clientes existentes e o desenvolvimento de estratégias de vendas eficazes.
- 4.10.** É responsável por gerir as negociações, vendas, parcerias, divulgação, campanhas de vendas, premiação e treinamento junto as corretoras e corretores, com incentivos e esclarecimentos quanto as novas regras comerciais, engajamento junto as grandes empresas e administradoras.
- 4.11.** Desenvolve estratégias de marketing de forma sólida e fundamental para atrair potenciais clientes, o que inclui a definição de público-alvo, identificação de canais de marketing e criação de mensagens e campanhas que ressoem com os clientes em potencial.

POLÍTICA DE GESTÃO DE COMERCIALIZAÇÃO**Versão**

1.0

Revisão

02/09/2023

- 4.12.** Avalia e desenvolve continuamente os produtos e planos de saúde oferecidos pela Quallity para garantir que atendam às necessidades dos clientes e do mercado.
- 4.14.** Define preços competitivos para os planos de saúde, juntamente com o setor jurídico, levando em consideração os custos de prestação de serviços, as margens de lucro desejado e a concorrência.
- 4.15.** Estabelece equipes de vendas, define metas de vendas, treina corretores (vendedores) e implementa estratégias de vendas eficazes para alcançar as metas comerciais.
- 4.16.** Determina os canais de distribuição ideais para a comercialização dos planos de saúde, que podem incluir vendas diretas, corretores, corretoras, administradoras, parcerias com empresas, vendas online e outros.
- 4.17.** Realiza análises de mercado regulares para entender as tendências do setor, a concorrência e as oportunidades de crescimento.
- 4.18.** Segmenta a base de clientes com base em critérios como idade, gênero, necessidades médicas, entre outros, para personalizar as ofertas e estratégias de marketing.
- 4.19.** Garante que todas as atividades de vendas estejam em conformidade com as regulamentações governamentais e do setor, que podem ser rigorosas no setor de saúde.
- 4.20.** Desenvolve planos de contingência para lidar com crises de reputação ou problemas que possam afetar a confiança dos clientes.
- 4.21.** A Gestão Comercial da Quallity requer uma abordagem multifacetada, que integra com vários setores como: Marketing, Pós- Vendas, Cadastro, Credenciamento (que trata da rede de prestadores), Tecnologias da Informação, Setor Financeiro, Atendimento ao Cliente, Jurídico para análise de contratos e conformidade regulatória, registro de produtos, contratos entre outros assuntos pertinentes.

POLÍTICA DE GESTÃO DE COMERCIALIZAÇÃO**Versão**
1.0**Revisão**
02/09/2023

4.22. Responsável por gerir a administração das informações precisas e atualizadas sobre os dados dos beneficiários e empresas, em todas às áreas e setores da Quallity que envolvam o cliente e a pessoa jurídica ao qual se encontra vinculado, além de:

4.22.1. Gerir, junto a ANS, o envio e atualizações das obrigações Legais que trata o Sistema de informação do Beneficiário (SIB), com os dados cadastrais dos beneficiários de planos privados de saúde, no qual é gerado o Código de Controle Operacional (CCO), que identifica univocamente cada registro no cadastro de beneficiários do SIB/ANS, ou seja, para cada registro existente no cadastro de beneficiários do SIB/ANS será gerado um único CCO do beneficiário ligado à Operadora.

4.22.2. Verificar sempre a entrega de toda a documentação do beneficiário, acompanhando a realização do pós-venda, e aplicando a possível preexistência, de acordo com a Resolução Normativa da ANS nº 557/2022.

4.22.3. Criar mecanismos e dados cadastrais fidedignos com os da Receita Federal para que a veracidade dos dados esteja em conformidade.

4.22.4. Tratar com sigilo e privacidade, de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), todos os dados que o beneficiário registrou nas propostas de adesão junto ao plano de saúde, assim como toda a negociação da Quallity com a empresa contratante, no qual o setor passa a ter acesso para os registros sistêmicos.

Gestão de Credenciamento

4.23. Responsável pelo desenvolvimento de parcerias de forma estratégica com empresas, como hospitais, clínicas, laboratórios, médicos e outros profissionais de saúde, para expandir a base de rede credenciada, levando em consideração a abrangência geográfica, para atender aos beneficiários da operadora e oferecer serviços adicionais.

4.24. Juntamente com o Setor Comercial e Jurídico, desenvolver a criação de novos produtos, no qual é estudado os prestadores que mais se adequam ao novo

POLÍTICA DE GESTÃO DE COMERCIALIZAÇÃO

Versão

1.0

Revisão

02/09/2023

projeto, em termos de rede, abrangência geográfica, acessibilidade e preço para atingir o público-alvo.

- 4.25.** Gerir o processo de contratos com os prestadores de serviços de saúde, adequados e qualificados na região de abrangência.

Gestão de Marketing

- 4.26.** Responsável por promover os planos de saúde, alcançar novos clientes e manter os atuais, definindo estratégias de publicidades, marketing digital, eventos promocionais, telemarketing, vendas online e redes sociais, além de gerir e cuidar da imagem da Quallity em todas as suas formas de divulgação.
- 4.27.** Juntamente com o Setor Comercial, gerir a publicidade de marketing para alcançar o cliente de acordo com as políticas e diretrizes da Quallity.

Gestão de Atendimento ao Cliente

- 4.28.** Deve garantir que os clientes tenham uma experiência positiva e recebam suporte adequado ao longo de sua jornada com a Operadora.
- 4.29.** Coletar feedback dos clientes por meio de pesquisas, análises de reclamações e outras fontes para melhorar continuamente os serviços e a experiência do cliente.
- 4.30.** Garantir que haja um sistema eficaz de atendimento ao cliente para responder a consultas, resolver problemas e manter sua satisfação.
- 4.31.** Oferecer múltiplos canais de atendimento ao cliente, como telefone, e-mail, chat e mídias sociais.

Gestão Jurídica e de Contratos

- 4.32.** Responsável por garantir que todas as atividades comerciais estejam em conformidade com as leis e regulamentos do setor de saúde.
- 4.33.** Juntamente com o setor de Proteção e Privacidade de Dados, produzir e implementar regulamentos relacionados à privacidade de dados de saúde, proteção do consumidor, práticas comerciais justas e outras áreas relevantes.

POLÍTICA DE GESTÃO DE COMERCIALIZAÇÃO**Versão**
1.0**Revisão**
02/09/2023

- 4.34.** Juntamente com o Setor Comercial, negociar, revisar e gerenciar contratos com os clientes, estudo de novos produtos, tipo de planos, coberturas, abrangência entre outros.
- 4.35.** Aplicar planos de contingência para lidar com crises jurídicas, como investigações regulatórias ou ações judiciais.
- 4.36.** Fornecer orientação estratégica à alta administração sobre questões legais que possam afetar as decisões de negócios.
- 4.37.** Manter-se atualizado sobre as mudanças nas regulamentações de saúde que possam afetar a operação e a comercialização dos planos de saúde.
- 4.38.** Identificar e avaliar riscos legais que possam afetar a operação da operadora de saúde e desenvolver estratégias para mitigar esses riscos.
- 4.39.** Garantir que a operadora tenha as licenças e autorizações necessárias para operar legalmente no mercado em que atua.
- 4.40.** Lidar com litígios e disputas legais que possam surgir em relação à comercialização de planos de saúde, como reclamações de clientes, ações judiciais de prestadores de serviços ou disputas contratuais.
- 4.41.** Revisar e aprovar materiais de publicidade e marketing para garantir que não haja informações enganosas ou falsas que possam prejudicar os consumidores.
- 4.42.** Fornecer treinamento e orientação interna para empregados e equipes de vendas sobre regulamentações e práticas legais relacionadas à comercialização.
- 4.43.** Desenvolver e implementar políticas e procedimentos internos que estejam alinhados com os requisitos legais e regulatórios.
- 4.44.** Garantir que todos os contratos relacionados à venda de planos de saúde sejam bem gerenciados, cumpridos e mantenham a conformidade com as regulamentações do setor.
- 4.45.** Trabalhar em conjunto com as equipes comerciais e de credenciamento, para negociar os termos e condições de contratos, incluindo preços, cobertura e redes de discussão, antes mesmo da parceira comercial ser efetivada.

POLÍTICA DE GESTÃO DE COMERCIALIZAÇÃO**Versão**
1.0**Revisão**
02/09/2023

- 4.46.** Formalizar acordos entre as partes e estabelecer direitos, responsabilidades e termos específicos.

Gestão de Tecnologia da Informação (TI)

- 4.47.** Incorporar tecnologias inovadoras, como aplicativos móveis, telemedicina e registros médicos eletrônicos, para melhorar a acessibilidade e a qualidade dos serviços.
- 4.48.** Implementar e gerenciar sistema de registros médicos eletrônicos (EMRS), sistemas de gerenciamento de prontuários eletrônicos (EHRs) e outros sistemas de informação de saúde para armazenar com segurança e acessar dados médicos dos pacientes.
- 4.49.** Desenvolver e manter portais online para membros e médicos, permitindo que eles acessem informações sobre planos de saúde, agendem consultas, façam reclamações e obtenham informações sobre a cobertura.
- 4.50.** Gerir os registros médicos eletrônicos, facilitando a troca segura de informações entre prestadores de serviços de saúde e operadora de saúde.
- 4.51.** Identificar tendências de saúde, compreender as necessidades dos clientes e tomar decisões informadas sobre estratégias de comercialização.
- 4.52.** Implementar tecnologias que melhoram a experiência do cliente, como agendamento online, notificações por mensagem de texto e aplicativos móveis.
- 4.53.** Identificar e mitigar riscos de segurança cibernética, garantindo a disponibilidade contínua de sistemas críticos e a recuperação de desastres.
- 4.54.** Garantir o uso eficaz das ferramentas de TI e a conformidade com as políticas e regulamentações.
- 4.55.** Gerenciar o orçamento de TI para garantir o investimento adequado em tecnologia e infraestrutura.

Gestão Financeira

POLÍTICA DE GESTÃO DE COMERCIALIZAÇÃO

Versão
1.0

Revisão
02/09/2023

- 4.56.** A PGC da Quallity, junto com o setor financeiro, visa garantir a sustentabilidade do negócio, fornecendo serviços de qualidade aos clientes, e cumprindo com as obrigações regulatórias.
- 4.57.** Abranger uma série de atividades e práticas que visam controlar e otimizar os recursos financeiros da Quallity.
- 4.58.** Desenvolver orçamento detalhado que inclui receitas, despesas, investimentos e projeções financeiras. O planejamento orçamentário é crucial para orientar as atividades comerciais e garantir a alocação eficaz de recursos.
- 4.59.** Estabelecer, juntamente com os setores Comercial, Jurídico e de Credenciamento, preços competitivos para os planos de saúde, levando em consideração custos médicos, margens de lucro desejadas, riscos e concorrência de mercado.
- 4.60.** Monitorar constantemente os custos operacionais, incluindo custos médicos, custos administrativos e despesas gerais. A gestão eficaz de custos é fundamental para manter margens saudáveis.
- 4.61.** Analisar e regular as margens de lucro para identificar áreas de melhoria ou ajustes necessários na precificação ou na gestão de custos.
- 4.62.** Estabelecer critérios de reservas financeiras para cobrir riscos, como sinistros inesperados, e para cumprir com as regulamentações financeiras.
- 4.63.** Garantir que todas as práticas financeiras estejam em conformidade com regulamentações governamentais e do setor.
- 4.64.** Identificar e mitigar os riscos financeiros, incluindo volatilidade do mercado, flutuações de custos médicos e riscos de inadimplência.
- 4.65.** Cumprir com as obrigações fiscais, incluindo o pagamento de impostos corporativos e a conformidade com regulamentações fiscais.

5. RESPONSABILIDADES E ATRIBUIÇÕES DE COMERCIALIZAÇÃO

POLÍTICA DE GESTÃO DE COMERCIALIZAÇÃO**Versão**
1.0**Revisão**
02/09/2023

- 5.1.** Esta Política visa a satisfação e maximização das vendas de plano de saúde, assim como, obtenção de lucro para a Quallity, ao mesmo tempo em que segue as necessidades e desejos dos clientes de forma eficiente e eficaz.
- 5.2.** Implementar dentro da organização Quallity a importância da Política de Comercialização.
- 5.3.** Atingir diversos objetivos específicos, que podem contribuir para o desenvolvimento da Quallity, gerando emprego e renda para suas relações comerciais, e oferecer oportunidades para as pessoas por meio da responsabilidade social e garantir um meio ambiente cada vez mais saudável.
- 5.4.** Atingir e manter a excelência no relacionamento com seus parceiros comerciais e principalmente com seus beneficiários/clientes.
- 5.5.** Garantir o crescimento da Quallity, com foco nos beneficiários/clientes, mesurando a satisfação de atendimento e entrega do melhor serviços em saúde.
- 5.6.** Estabelecer a garantia, a transparência, monitoramento e avaliação da efetividade das operações da Quallity, visando minimizar riscos e prevenir fraudes, erros e irregularidades, proteger seus ativos e cumprir as leis e regulamentos aplicáveis vigentes.
- 5.7.** Alcançar metas específicas para aumentar as vendas, seja através de conquistar novos clientes além de fortalecer a imagem da marca Quallity no mercado e as necessidades dos clientes.
- 5.8.** Monitorar continuamente as suas estratégias, regras e métodos, devendo ser aplicadas a todas as relações comerciais com a Quallity.
- 5.9.** Fortalecer a marca Quallity Pró Saúde para proteger e sustentar a estratégia.
- 5.10.** Manter-se entre os primeiros competidores deste mercado, com rentabilidade.
- 5.11.** Liderar e ser reconhecido como referência no mercado regional de Planos de Saúde, buscando oportunidades de mercado para expansão para esse segmento.
- 5.12.** Atuar em segmento com alto potencial e com sinergia com os principais negócios.
- 5.13.** Desenvolver novas parcerias de negócios com oportunidades de diferenciação.

POLÍTICA DE GESTÃO DE COMERCIALIZAÇÃO

Versão
1.0

Revisão
02/09/2023

- 5.14. Fidelizar o cliente/beneficiário e estimular a compra de novos produtos, desenvolvendo regras e métodos, para evitar desistências de aquisição do plano de saúde.
- 5.15. Atender os padrões de qualidade de produtos, de processos e de serviços, com custos e despesas competitivos.
- 5.16. Não fechar a venda sem que o cliente saiba quais são as condições de pagamentos disponíveis, rede credenciada, segmento de cobertura, carências, mecanismos regulatórios, entre outros, isso pode gerar uma experiência negativa e prejudicar o planejamento.
- 5.17. Os parceiros comerciais que vendem os planos de saúde da Quallity, sejam eles Corretoras (PJ), Corretores (CPF), Administradoras de Benefícios, Entidades entre outros, devem estar devidamente instruídos para não oferecer divergências de valores previamente estabelecidos pela Operadora. Assim como, seguir a Lei vigente e normativos da ANS.
- 5.18. Aproveitar as oportunidades de vendas, diversificando os produtos a serem oferecidos aos clientes, e evitando sua perda com a baixa exposição ou mau aproveitamento dos produtos.
- 5.19. Cada setor da Operadora deve identificar os riscos associados às suas atividades e implementar os controles para mitigá-los.

6. PENALIDADE E CONSEQUÊNCIAS

- 6.1. Qualquer violação a esta política deve ser investigada e tratada com seriedade, com a aplicação de medidas disciplinares e corretivas cabíveis, conforme normas e regulamentos internos da operadora.
- 6.2. Em caso de infração às políticas corporativas, o caso deverá ser reportado ao Canal de Denúncias para apuração.

7. REFERÊNCIAS

- Lei Nº 8.078/90 - Código de Defesa do Consumidor (CDC).

POLÍTICA DE GESTÃO DE COMERCIALIZAÇÃO**Versão**

1.0

Revisão

02/09/2023

- Lei 9.656/98 - Lei dos Planos de Saúde.
- Resolução Normativa da ANS nº 226 /2010.
- Resolução Normativa da ANS nº 557/2022.
- Política de Atenção ao Beneficiário da Quallity Pro Saúde.
- Política de Gestão de Credenciamento da Quallity Pró Saúde.

8. DISPOSIÇÕES FINAIS

- 8.1.** A Comissão de Treinamento e Pessoas é responsável por garantir que os empregados sejam devidamente capacitados e treinados para executarem suas atividades em conformidade com os controles preestabelecidos, além de serem incentivados a reportar possíveis irregularidades.
- 8.2.** A Política de Gestão de Comercialização da Quallity Pró Saúde deve ser revisada e atualizada periodicamente, garantindo sua adequação e alinhamento com as mudanças no ambiente de negócios, comercialização e os contratos na legislação vigente.
- 8.3.** Qualquer alteração na política deve ser comunicada a todos os empregados, setores, contratos e partes interessadas envolvidas.
- 8.4.** A PGC tem que estar em conformidade com leis, regulamentos e políticas internas assegurada por meio da implementação e controles internos, bem como pela realização de auditorias internas e externas para uma eficiência dessa política. A gestão de riscos deve ser integrada aos processos de tomada de decisão, visando a identificação, avaliação e tratamento dos riscos quanto as comercializações.

9. VIGÊNCIA

- 9.1.** Esta Política entra em vigor na data de sua publicação e deve ser revisada e atualizada anualmente, ou em decorrência de atualizações e alterações da legislação ou documentações referenciadas.

POLÍTICA DE GESTÃO DE COMERCIALIZAÇÃO

Versão

1.0

Revisão

02/09/2023



Aprovação: _____

Misael Alves

Representante da Alta Administração - Presidência

Validação

Comitê de Governança, Riscos e Controles

Produção e Revisão

Comitê de Ética e Compliance

Versões e Publicações:

1.0 – 02/09/2023