



ACM

POLÍTICA
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Versão: 2

2016

ACM

POLÍTICA
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Versão: 2

Aprovado em: 29/08/2016

Documento de Aprovação: RC N° 003/364

SUMÁRIO

ASSUNTO	PÁGINA
1. INTRODUÇÃO	4
2. OBJETIVO	4
3. VALORES	4
4. PÚBLICO ALVO	4
5. PRINCÍPIOS E DIRETRIZES.....	5
6. PREMISSAS	7
7. RESPONSABILIDADES / ATRIBUIÇÕES	7
8. DISPOSIÇÕES GERAIS	10

1. INTRODUÇÃO

Dadas as especificidades do segmento dos fundos de pensão - a governança *sui generis*, a complexidade do regime de previdência complementar e a elevação do nível de exigência dos participantes - ativos, assistidos e beneficiários - a REAL GRANDEZA - Fundação de Previdência e Assistência Social formaliza a Política de Comunicação Institucional, cujo objetivo é disciplinar e orientar o relacionamento da Entidade com seus públicos de relacionamento.

Uma política de comunicação institucional é instrumento fundamental para dar a necessária transparência à gestão dos planos de benefícios e saúde administrados e aprimorar o processo de comunicação da Entidade, nivelando internamente o entendimento do papel, responsabilidades e objetivos da comunicação.

2. OBJETIVO

Disciplinar o relacionamento da REAL GRANDEZA com seus públicos de interesse - todos os que mantêm algum tipo de relacionamento com a Entidade - definindo critérios para a comunicação interna (dirigida aos colaboradores) e externa (voltada para os demais públicos, em particular seus participantes, assistidos e beneficiários dos Planos Previdenciários, bem como para os beneficiários dos Planos de Saúde administrados pela Entidade).

3. VALORES

A comunicação da REAL GRANDEZA é pautada pelos seguintes valores:

- Ética;
- Transparência;
- Agilidade;
- Clareza.

4. PÚBLICO ALVO

4.1. Público interno

- Colaboradores, estagiários e terceirizados.

4.2. Público externo

- Participantes e assistidos dos Planos previdenciários administrados pela REAL GRANDEZA;
- Beneficiários dos Planos de Saúde administrados pela REAL GRANDEZA;
- Representantes regionais;

- Patrocinadoras;
- Entidades representativas de colaboradores da REAL GRANDEZA e dos de suas patrocinadoras, participantes e assistidos;
- Órgãos vinculados à estrutura da previdência complementar fechada (SPPC, PREVIC, CRPC, e outros);
- Órgãos fiscalizadores do mercado financeiro;
- Agência Nacional de Saúde Suplementar - ANS;
- Entidades certificadoras;
- Entidades congêneres;
- Autoridades governamentais;
- Poderes executivo, legislativo e judiciário;
- ABRAPP/SINDAPP e seus associados;
- Fornecedores e consultores;
- Mídia;
- Comunidades;
- Outros.

5. PRINCÍPIOS E DIRETRIZES

5.1. Gerais

5.1.1. Disciplinar o relacionamento da REAL GRANDEZA com seus públicos alvos, definindo critérios para a comunicação interna e externa.

5.1.2. Disseminar os valores que devem pautar a comunicação institucional da REAL GRANDEZA.

5.1.3. Definir atribuições e responsabilidades no processo da comunicação interna e externa para unificar o discurso institucional e, assim, evitar ruídos e informações dissonantes.

5.1.4. Monitorar, no que tange à Assessoria de Comunicação, o atendimento às obrigações legais de fornecimento de informações, de acordo com calendário e normas específicas estabelecidas pela legislação do setor.

5.1.5. Zelar pela integridade e preservação da identidade corporativa, orientando sobre padrões de aplicação e uso da marca.

5.1.6. Conscientizar colaboradores sobre a importância da comunicação como ferramenta estratégica de gestão e de sua importância no processo de fortalecimento e preservação da imagem corporativa e das relações institucionais da REAL GRANDEZA.

5.2. Específicas

5.2.1. Público Interno

5.2.1.1. Manter os colaboradores informados, motivados e comprometidos com os valores e os objetivos estratégicos da Entidade.

5.2.1.2. Contribuir com a promoção de atividades para o desenvolvimento profissional e a qualidade de vida dos colaboradores.

5.2.1.3. Promover a integração de eventos internos, evitando sobreposição, redundância ou fragmentação de mensagens.

5.2.2. Público Externo

5.2.2.1. Manter participantes, assistidos e beneficiários continuamente informados quanto aos planos de benefícios, serviços, desempenho e demais questões de interesse sobre a atuação da Entidade.

5.2.2.2. Estimular nos empregados das patrocinadoras a adesão aos planos, levando informações e esclarecimentos sobre os benefícios e diferenciais dos planos de previdência e de saúde oferecidos por seus empregadores.

5.2.2.3. Ser a principal fonte de informação para as patrocinadoras acerca de planos de benefícios, serviços, desempenho e demais questões de interesse sobre a atuação da Entidade.

5.2.2.4. Manter órgãos estatutários e governamentais, assim como demais entidades representativas, informados sobre desempenho e demais questões de interesse sobre a atuação da Real Grandeza, utilizando os canais formais de divulgação.

5.2.2.5. Divulgar as boas práticas e procedimentos que adota em busca da excelência empresarial, em especial no âmbito do respeito ao meio ambiente e às pessoas, oferecendo aos fornecedores a oportunidade de conhecê-los e adotá-los.

5.2.2.6. Estabelecer relação de parceria com a imprensa, criar a consciência corporativa sobre a importância desse relacionamento com os veículos de comunicação para consolidar imagem e reputação da marca na sociedade.

5.2.2.7. Priorizar o atendimento à imprensa, sem distinção ou discriminação de assuntos e tipo de veículos.

5.2.2.8. Criar uma imagem positiva, disseminar uma mentalidade previdenciária e voltada para o bem-estar.

5.2.2.9. Compreender e respeitar a cultura das comunidades com as quais a Entidade convive.

6. PREMISSAS

6.1. A comunicação da REAL GRANDEZA é responsabilidade de todos: membros do Conselho Deliberativo, do Conselho Fiscal, Diretoria Executiva, gerentes e demais colaboradores. Suas atitudes, manifestações e pronunciamentos repercutem necessariamente na formação da imagem corporativa. Por isso não pode ser fragmentada.

6.2. A Política de Comunicação da Entidade deve zelar pela unidade e integridade do discurso institucional e contribuir para fortalecer a identidade de sua marca.

6.3. A REAL GRANDEZA respeita o trabalho da imprensa e assume o compromisso de atender, dentro das condições de prazo possíveis, as demandas de veículos de comunicação, sempre em linha com o que determinam as regras e a boa prática na relação com jornalistas.

7. RESPONSABILIDADES / ATRIBUIÇÕES

7.1. Assessoria de Comunicação - ACM

7.1.1. Elaborar, propor e implantar políticas e planos de ação que contemplem o público alvo da Entidade, no que tange à comunicação institucional.

7.1.2. Comunicar-se (seja através da própria ACM ou de empresa especializada contratada para este fim) com veículos de imprensa, intermediando contatos com jornalistas (ações de divulgação de informações de interesse da REAL GRANDEZA, redação de textos, notas e comunicados à imprensa - *press-releases*).

7.1.3. Os procedimentos para comunicação de crise - assim denominada quando a imagem da REAL GRANDEZA ou a reputação de seus dirigentes estiverem sob ameaça - obedecem a critérios específicos, definidos no Plano Corporativo de Gestão de Crises.

7.1.4. Orientar e validar a aplicação da marca corporativa da REAL GRANDEZA, que compreende marca-símbolo, tipologia, tamanho e cor específicos.

7.1.5. Utilizar veículos impressos, eletrônicos, digitais e comunicados à imprensa (*press-releases*) para a comunicação com seu público de interesse.

7.2. Diretoria de Ouvidoria - DO / Gerência de Relacionamento com o Participante - GRP

7.2.1. Tratar adequadamente as manifestações de colaboradores, participantes, assistidos e beneficiários do plano de saúde, bem como fazer com que cheguem ao conhecimento das áreas competentes para as devidas providências.

7.3. Diretor-Presidente da REAL GRANDEZA

7.3.1. O porta-voz oficial da REAL GRANDEZA para o relacionamento com a imprensa é o seu Diretor-Presidente ou aqueles por ele designados em função do tema.

7.4. Comitê de Comunicação Integrada

7.4.1. O Comitê de Comunicação Integrada é uma instância de caráter consultivo, sendo sua competência sugerir a linha editorial dos veículos institucionais de comunicação interna e externa, validar o Planejamento Estratégico da Comunicação e acompanhar o cumprimento dos preceitos e diretrizes previstos nesta política.

7.4.2. O Comitê de Comunicação Integrada será composto por 1 (um) representante de cada Diretoria e pelo Gerente da Assessoria de Comunicação, que atuará como Coordenador.

7.4.3. Ao Coordenador do Comitê de Comunicação Integrada compete:

- a) Ordenar os trabalhos do Comitê;
- b) Dirigir os trabalhos do Comitê;
- c) Convocar e presidir as reuniões;
- d) Definir a pauta das reuniões com antecedência, sempre que possível, de pelo menos 5 (cinco) dias;
- e) Fazer observar, nas reuniões, os dispositivos desta Política e do Estatuto da REAL GRANDEZA;
- f) Decidir questões de ordem;
- g) Desempatar as votações;
- h) Orientar as discussões e fixar os pontos sobre os quais devem versar;
- i) Encaminhar ao Diretor-Presidente as decisões do Comitê.

7.4.4. O Comitê de Comunicação Integrada deverá se reunir mensalmente, conforme calendário anual previamente informado aos demais membros. As reuniões extraordinárias poderão ser convocadas a critério do Coordenador do Comitê ou por solicitação justificada de qualquer membro, tendo as reuniões, a princípio, a duração máxima de 2 (duas) horas.

7.4.5. As decisões do Comitê serão tomadas por maioria dos votos dos membros presentes, cabendo ao Coordenador o voto de desempate.

7.4.6. O Coordenador designará o responsável pela função de relator do Comitê que será responsável pela elaboração e distribuição de atas e demais comunicações internas com os demais membros.

7.5. Comitê de Gestão de Crise

7.5.1. O Comitê de Gestão de Crise tem por objetivo facilitar as ações de gerenciamento de crise, apontando pontos vulneráveis da organização, desenvolvendo estratégias e táticas para o enfrentamento da crise, visando resguardar a imagem institucional da organização.

7.5.2. O Comitê de Gestão de Crise terá a seguinte composição:

- a) Diretor-Presidente – Coordenador;
- b) 1 (um) representante da Assessoria Jurídica;
- c) 1 (um) representante da Assessoria de Comunicação;
- d) 1 (um) representante da Gerência de Relacionamento com o Participante;
- e) 1 (um) representante da Gerência de Recursos Humanos;
- f) 1 (um) representante da área que originou a crise.

7.5.3. O Comitê será criado, pelo Diretor-Presidente, sempre que necessário e permanecerá enquanto perdurar a crise.

7.6. Áreas da REAL GRANDEZA / Gerentes ou Colaboradores Designados

7.6.1. Transmitir informações à ACM para divulgação interna e/ou externa - tenham ou não caráter legal - contanto que previamente checadas e conferidas com rigorosa observância da consistência das informações e dos prazos necessários para divulgação.

7.6.2. Informar, antecipadamente, à ACM e à GRP de forma concomitante, sobre o envio de ofícios, cartas e demais correspondências de cunho administrativo ou legal relacionadas a medidas que alterem procedimentos ou a rotina de relacionamento com colaboradores, participantes, assistidos e beneficiários do plano de saúde, de interesse geral, para que possam opinar sobre a necessidade de realização de ações complementares de comunicação institucional.

7.6.3. Em toda e qualquer circunstância os gerentes ou colaboradores designados, da REAL GRANDEZA, nas questões relativas à comunicação interna e externa, devem observar o sigilo e a confidencialidade das informações corporativas, aí incluídas aquelas de caráter pessoal relativas a

integrantes do quadro funcional, dos colegiados, de participantes, assistidos e beneficiários do plano de saúde.

8. DISPOSIÇÕES GERAIS

8.1. As comunicações interpessoais e interdepartamentais não são objeto desta Política de Comunicação Institucional, sendo matérias de cunho administrativo.

8.2. Da mesma forma, questões relacionadas à segurança da informação são objeto de tratamento pelas áreas administrativa, de tecnologia da informação e de controles internos, e são regidos por normativos próprios.

8.3. O tratamento de questões que possam representar risco de imagem para a REAL GRANDEZA, assim como a definição de políticas e procedimentos para comunicação de crise, deverá ser objeto de plano específico, a ser desenvolvido pela Assessoria de Comunicação - ACM com apoio da Assessoria de Controles Internos - ACI, responsável pela aplicação de metodologia para gestão de riscos na Entidade.