

Política de Comunicação e Relacionamento



POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO					
EDIÇÃO: 3	APROVAÇÃO: 470ª Reunião do CDE	DATA DA APROVAÇÃO: 06/05/2022	REFERÊNCIA: PLT-010	CLASSIFICAÇÃO DA INFORMAÇÃO: CORPORATIVA	PÁGINA: 2 de 9

SUMÁRIO

1.OBJETIVO.....	3
2.RISCOS.....	3
3.APLICAÇÃO E ABRANGÊNCIA.....	3
4.GLOSSÁRIO DE TERMOS.....	3
5.DIRETRIZES.....	4
6.PRINCIPAIS RESPONSABILIDADES.....	7
7.CASOS OMISSOS.....	8
8.REFERÊNCIAS.....	9

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO					
EDIÇÃO: 3	APROVAÇÃO: 470ª Reunião do CDE	DATA DA APROVAÇÃO: 06/05/2022	REFERÊNCIA: PLT-010	CLASSIFICAÇÃO DA INFORMAÇÃO: CORPORATIVA	PÁGINA: 3 de 9

1. OBJETIVO

1.1. Estabelecer diretrizes que orientem a relação institucional da Fundação com todos os públicos de modo a manter um fluxo eficiente de informações dar publicidade aos atos de gestão; dentro dos princípios da legalidade, confidencialidade, impessoalidade e moralidade; promover, consolidar e valorizar a imagem e reputação da Fundação, zelar pela integridade e preservação da identidade corporativa, orientando sobre padrões de aplicação e uso da marca; definir atribuições e responsabilidades nos processos de comunicação e relacionamento bem como nortear a definição de normas e procedimentos para atendimento desta Política.

2. RISCOS

2.1. A implantação das diretrizes contidas nesta Política reduz a possibilidade de materialização dos riscos de perda financeira e prejuízos à imagem da Eletros decorrentes de:

2.1.1 Comunicação ineficaz que gere custos desnecessários;

2.1.2 Escolha inadequada dos canais de comunicação e da periodicidade;

2.1.3 Integração ineficaz dos canais de comunicação disponíveis para interação com os diversos públicos com as quais a Eletros interage;

2.1.4 Ausência de transparência nas informações;

2.1.5 Comunicação inadequada em circunstância de crise;

2.1.6 Descumprimento das obrigações legais relacionadas à comunicação e atendimento aos participantes, assistidos, patrocinadoras e órgãos reguladores.

3. APLICAÇÃO E ABRANGÊNCIA

3.1 As diretrizes aqui estabelecidas devem ser seguidas e apoiadas por todos os colaboradores em todos os níveis hierárquicos da Eletros na comunicação e relacionamento institucional.

4. GLOSSÁRIO DE TERMOS

Para fins da presente Política, aplicam-se as seguintes definições e conceitos:

4.1. AÇÕES DE COMUNICAÇÃO: todas as atividades voltadas a estabelecer, desenvolver e manter comunicação institucional bem-sucedida com o público interno e externo;

4.2. AÇÕES DE RELACIONAMENTO: todas as atividades voltadas a estabelecer, desenvolver e manter relacionamento institucional com o público externo;

4.3. CRISE: ocorrência de qualquer incidente que comprometa a operação normal de uma ou mais atividades críticas da Eletros e coloque em dúvida a reputação ou credibilidade da Eletros perante a Sociedade;

4.4. CAMPANHA: conjunto de ações de comunicação planejados para atingir um objetivo estabelecido, por um tempo determinado;

4.5. CANAIS DE RELACIONAMENTO: todo o meio de comunicação que suporta o

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO					
EDIÇÃO: 3	APROVAÇÃO: 470ª Reunião do CDE	DATA DA APROVAÇÃO: 06/05/2022	REFERÊNCIA: PLT-010	CLASSIFICAÇÃO DA INFORMAÇÃO: CORPORATIVA	PÁGINA: 4 de 9

atendimento aos participantes, assistidos e demais públicos externos Ex. Telefone, chat, Portal do Participante;

4.6. CANAIS DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL: todos os canais, físico ou web, em que a Eletros se apresente institucionalmente. Ex. Site, eventos, redes sociais;

4.7. COMITÊ DE CRISE: grupo multidisciplinar, temporário, formado sob demanda e designado pela Diretoria, qualificados para tratar uma crise identificada e estabelecida;

4.8. ENTIDADES DE CLASSE: sindicatos e associações, sejam aquelas vinculadas aos participantes, aos assistidos ou aos próprios empregados da Eletros;

4.9. MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL: conjunto de imagens, cores, símbolos, logotipos, fontes e padrões visuais que irão representar graficamente a Eletros e têm como objetivo principal transmitir uniformidade e coerência na representação gráfica da marca;

4.10. PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO: documento que define as campanhas, projetos e ações de comunicação sob responsabilidade da Gerência de Comunicação e Marketing Institucional - PRC, a serem executadas durante o período de um ano, definindo recursos e verba orçamentária necessária;

4.11. PLANO DE COMUNICAÇÃO: documento que define as ações que serão realizadas para cada campanha e projetos definidos no Planejamento de Comunicação. É um documento que define o objetivo, os públicos-alvo, a mensagem a ser transmitida, os canais que serão utilizados, os mecanismos de feedback e os pontos que serão monitorados;

4.12. PLANO DE GERENCIAMENTO DE CRISES: procedimentos e ações preventivas e/ou corretivas, previamente definidos, com o objetivo de administrar, neutralizar ou eliminar o impacto de problemas e riscos corporativos até a superação da crise;

4.13. PROJETO: É um esforço temporário empreendido para criar um produto, serviço ou resultado exclusivo. O projeto é temporário; por ter uma data prevista para iniciar e uma data prevista para terminar;

4.14. PÚBLICO EXTERNO: participantes ativos, assistidos, patrocinadoras e entidades de classe;

4.15. PÚBLICO INTERNO: Conselho Deliberativo da Eletros – CDE, Conselho Fiscal da Eletros – CFE, Diretoria Executiva da Eletros - DEE e colaboradores;

4.16. VEÍCULOS: todos os meios que divulgam notícias. Ex. Internet, jornal, newsletter, rádio.

5. DIRETRIZES

5.1. A Gerência de Comunicação e Marketing Institucional será formada por profissionais do quadro próprio, com experiência em comunicação e marketing e também contratará fornecedores especializados para execução de todo o plano de comunicação definido para a Fundação, conforme necessário.

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO					
EDIÇÃO: 3	APROVAÇÃO: 470ª Reunião do CDE	DATA DA APROVAÇÃO: 06/05/2022	REFERÊNCIA: PLT-010	CLASSIFICAÇÃO DA INFORMAÇÃO: CORPORATIVA	PÁGINA: 5 de 9

5.2. As relações institucionais da Fundação devem refletir os valores, a visão e a missão estabelecidos no Planejamento Estratégico;

5.3. Todos os materiais produzidos pela Eletros, sejam eles virtuais ou impressos, bem como os documentos institucionais, devem seguir o padrão definido no Manual de Identidade Visual;

5.4. A linguagem utilizada nas comunicações, tanto para o público interno quanto para o público externo, deve ser clara, objetiva e com coerência conceitual de forma que, inequivocamente possa ser compreendida;

5.5. A comunicação deve ser entendida e desenvolvida de forma integrada, abrangendo os esforços de comunicação interna e externa para que todos as partes estejam cientes das atividades da Eletros;

5.6. A comunicação com o público interno será realizada de forma próxima, preferencialmente por meios digitais como e-mail, whatsapp, reuniões virtuais e, sempre que justificável, com impressos e eventos presenciais, considerando os seguintes objetivos específicos:

- a) Conscientizar o público interno de que a comunicação eficaz e seu impacto na imagem institucional são responsabilidade de todos;
- b) Definir critérios gerais e orientações sobre padrões e procedimentos, qualificação da informação, formato e apresentação das comunicações;
- c) Estabelecer canais de comunicação internos que favoreçam o fluxo e o compartilhamento das informações e a troca de conhecimento.

5.7. A comunicação com o público externo será realizada de forma clara e objetiva, preferencialmente por meio digital como e-mail, SMS, site, transmissões ao vivo com interação online, e, sempre que justificável, com impressos e eventos presenciais considerando os seguintes objetivos específicos:

- a) Fortalecer a interação e a parceria com patrocinadores, instituidores e entidades representativas do segmento;
- b) Adequar os canais de comunicação e a linguagem às necessidades e expectativas dos participantes, aposentados e pensionistas;
- c) Facilitar o acesso às informações e despertar o interesse e a participação na gestão da entidade;
- d) Contribuir para elevar permanentemente o nível de satisfação dos participantes e assistidos.
- e) Manter contatos periódicos com as áreas de comunicação das patrocinadoras, para divulgar notícias sobre a temática da previdência, bem como sobre informações de interesse dos participantes;
- f) Estabelecer diretrizes internas de comunicação com a imprensa nas diversas ocasiões, como entrevistas, prestação de contas, elaboração de releases e em

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO					
EDIÇÃO: 3	APROVAÇÃO: 470ª Reunião do CDE	DATA DA APROVAÇÃO: 06/05/2022	REFERÊNCIA: PLT-010	CLASSIFICAÇÃO DA INFORMAÇÃO: CORPORATIVA	PÁGINA: 6 de 9

gerenciamento de crises;

- g) Estreitar o relacionamento, criando ambiente propício para esses contatos;
- h) Estabelecer formas de encaminhamento e respostas padrão das informações.

5.8. A comunicação deve ser entendida como um processo de responsabilidade de todos os empregados, que devem reconhecer seu papel como agentes e facilitadores da comunicação e atuar de forma alinhada e consistente;

5.9. Somente os dirigentes estão autorizados para conceder entrevistas ou falar em nome da Eletros. Qualquer outro colaborador, em qualquer nível hierárquico, deve obter formalmente autorização prévia da Diretoria Executiva da Eletros;

5.10. A gestão do conteúdo deve ser realizada desde o planejamento, passando pela criação até a disponibilização, arquivamento ou descarte de materiais produzidos;

5.11. Os assuntos de grande relevância devem ser tempestivamente divulgados, além dos obrigatórios por disposições legais ou regulamentares, demonstrando clareza e transparência;

5.12. O contato com as áreas de Comunicação, Relacionamento e Gestão de Pessoas das Patrocinadoras deve ser permanente e direto como forma de facilitar a comunicação por meio dos canais internos das patrocinadoras;

5.13. A Gerência de Relacionamento é responsável pelo atendimento das demandas oriundas dos participantes e assistidos. Todo o relacionamento com este público deve ser realizado de forma exclusiva pelos canais de atendimento disponibilizados pela Fundação para este propósito. Da mesma forma informações oriundas das áreas técnicas da Eletros com destino à este público devem ser direcionadas para a Gerência de Relacionamento que se encarregará de estabelecer o relacionamento e transmitir o conteúdo;

5.14. Somente a Gerência de Comunicação e Marketing Institucional - PRC está autorizada a publicar conteúdos em qualquer canal ou veículo de comunicação em nome da Eletros, inclusive em redes sociais;

5.15. As manifestações e publicações de empregados nas redes sociais devem limitar-se ao compartilhamento e endosso positivo do que foi publicado nas páginas da Eletros;

5.16. A Gerência de Comunicação e Marketing Institucional participa da elaboração do Plano de Gerenciamento de Crises;

5.17. Todos os dirigentes e colaboradores, independentemente da área e cargo, devem informar à PRC problemas, falhas, erros ou quaisquer circunstâncias que possam afetar a reputação da Fundação;

5.18. Existindo qualquer crise relativa à imagem, reputação ou credibilidade da Eletros perante a sociedade, a PRC convocará um Comitê de Crise para sanar o motivo da crise e implementar imediatamente o plano de comunicação para mitigar o dano que a crise pode causar.

5.19. O Comitê de Crise será formado por um membro da Diretoria Executiva da Eletros,

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO					
EDIÇÃO: 3	APROVAÇÃO: 470ª Reunião do CDE	DATA DA APROVAÇÃO: 06/05/2022	REFERÊNCIA: PLT-010	CLASSIFICAÇÃO DA INFORMAÇÃO: CORPORATIVA	PÁGINA: 7 de 9

da PRC, além de gerentes ou empregados designados pela Diretoria, qualificados para tratar o assunto que motivou a crise.

5.20. Todos os dirigentes e colaboradores devem tratar as informações e dados sobre a Eletros, suas patrocinadoras, participantes e assistidos com confidencialidade, principalmente quando se referirem a temas de interesse estratégico que possam comprometer ou expor a imagem da Entidade e dos planos de benefício;

5.21. Essa política deverá ser revisada no caso de alteração na orientação estratégica, no processo operacional ou na legislação na qual tenha sido referenciada.

5.22. Na contratação de empresas para prestação de serviços especializados em comunicação, marketing e publicidade para a Eletros, o Termo de Referência deverá especificar a vinculação do objeto da contratação com os objetivos definidos no Plano de Comunicação e a competência técnica necessária do prestador de serviço.

6. PRINCIPAIS RESPONSABILIDADES

6.1. Conselho Deliberativo da Eletros – CDE

6.1.1. Aprovar a Política de Comunicação e Relacionamento e as eventuais revisões da mesma;

6.1.2. Estimular a prática da comunicação clara e da transparência para com Patrocinadores, Participantes, Assistidos, Reguladores e o Público em Geral.

6.2. Diretoria Executiva da Eletros - DEE

6.2.1. Prover recursos suficientes para implantar e manter a gestão da comunicação e relacionamento institucional;

6.2.2. Aprovar o Planejamento de Comunicação;

6.2.3. Aprovar os Canais de Comunicação Institucional para os públicos externo e interno;

6.2.4. Aprovar os Canais de Atendimento ao público externo;

6.2.5. Aprovar os indicadores de performance dos canais de atendimento;

6.2.6. Garantir e estimular a prática da comunicação clara e da transparência junto aos gestores e o fornecimento de informações à Gerência de Comunicação para o desenvolvimento de iniciativas.

6.2.7. Estimular a contínua capacitação técnica dos profissionais atuantes na Gerência de Comunicação e Marketing Institucional - PRC.

6.3. Gerência de Comunicação e Marketing Institucional - PRC

6.3.1. Elaborar o Planejamento da Comunicação, interagindo com as áreas envolvidas na execução das estratégias, para que se tornem também facilitadores do processo de comunicação na organização;

6.3.2. Contribuir para a consolidação e disseminação do posicionamento da Fundação a respeito de temas ligados às suas atividades;

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO					
EDIÇÃO: 3	APROVAÇÃO: 470ª Reunião do CDE	DATA DA APROVAÇÃO: 06/05/2022	REFERÊNCIA: PLT-010	CLASSIFICAÇÃO DA INFORMAÇÃO: CORPORATIVA	PÁGINA: 8 de 9

6.3.3. Desenvolver e divulgar a Política de Comunicação e Relacionamento;

6.3.4. Definir e monitorar os indicadores de performance das campanhas e Canais de Comunicação Institucional;

6.3.5. Desenvolver o manual de identidade visual, divulgar e zelar por sua utilização;

6.3.6. Realizar a gestão de conteúdo do Relatório Anual de Informações - RAI e dos demais materiais produzidos para divulgação;

6.3.7. Definir, manter e monitorar os canais de comunicação institucional considerando a aderência ao negócio da Fundação e o seu público-alvo;

6.3.8. Definir parâmetros e monitorar constantemente as iniciativas de comunicação desenvolvidas;

6.3.9. Aplicar a pesquisa de satisfação para apurar a percepção acerca da satisfação dos participantes, assistidos e patrocinadoras conforme estabelecido na Política da Qualidade;

6.3.10. Definir e publicar todos os conteúdos disponíveis nos canais de comunicação institucional, inclusive nas redes sociais;

6.3.11. Alinhar com a Gerência de Relacionamento todas as campanhas programadas no planejamento de comunicação.

6.4. Gerência de Relacionamento - DBR

6.4.1. Estabelecer, manter e monitorar os canais de atendimento ao público externo;

6.4.2. Estreitar o relacionamento com as patrocinadoras e entidades de classe;

6.4.3. Definir os indicadores de performance dos canais de atendimento;

6.4.4. Atender aos participantes e assistidos com o nível de excelência buscando a satisfação do cliente;

6.4.5. Monitorar a performance da área com base nos indicadores definidos para este propósito;

6.4.6. Desenvolver a Política de Comunicação e Relacionamento;

6.4.7. Acionar a Gerência de Comunicação, sempre que necessário, para a definição de estratégias e meios para o relacionamento com as patrocinadoras, participantes e assistidos;

6.4.8. Fornecer informações, servindo como fonte de dados para a Gerência de Comunicação.

7. CASOS OMISSOS

7.1. Os casos omissos referentes a esta Política devem ser analisados pela Gerência de Comunicação e/ou Gerência de Relacionamento, onde couber, reportados à Diretoria

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO					
EDIÇÃO: 3	APROVAÇÃO: 470ª Reunião do CDE	DATA DA APROVAÇÃO: 06/05/2022	REFERÊNCIA: PLT-010	CLASSIFICAÇÃO DA INFORMAÇÃO: CORPORATIVA	PÁGINA: 9 de 9

Executiva da Eletros e submetidos ao Conselho Deliberativo da Eletros para deliberação.

8. REFERÊNCIAS

- 8.1.** Código de Conduta Ética da Eletros;
- 8.2.** Guia Previc - Melhores Práticas de Governança para Entidades Fechadas de Previdência Complementar.