



POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

Este documento foi elaborado pela Coordenação de Comunicação e Marketing em estreita colaboração com diferentes áreas de negócio da Entidade, em um processo colegiado, incluindo colaboradores de diversas áreas, gestores e a Diretoria Executiva. As informações contidas neste material foram avaliadas e submetidas à apreciação e deliberação do Comitê de Comunicação da Entidade. A validação e aprovação final deste documento é realizada pelo Conselho Deliberativo, instância máxima de decisão da Entidade.

SUMÁRIO

1. OBJETIVO	02
2. APLICAÇÃO E ABRANGÊNCIA	02
3. RESPONSABILIDADES E DIRETRIZES	02
4. PRINCÍPIOS	04
5. COMUNICAÇÃO INTEGRADA	04
5.1. COMUNICAÇÃO INTERNA	05
5.2. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	05
5.3. COMUNICAÇÃO EXTERNA	05
5.4. COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA/MARKETING	05
5.5. RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA	05
5.6. GESTÃO DE CRISE DE IMAGEM	05
6. PRINCIPAIS INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO	06
7. REFERÊNCIAS	07
8. COTROLE DE VERSÃO	07

1. OBJETIVO

Tem por objetivo estabelecer diretrizes para preservar a reputação da Entidade e promover uma comunicação integrada entre a Previdência Usiminas e os stakeholders, em especial, públicos prioritários, de forma proativa, zelando por uma comunicação clara, tempestiva e transparente, pautada nos norteadores estratégicos da Entidade – isto é, missão, visão e valores; proposta de valor; Planejamento Estratégico; e Código de Ética e Conduta da Previdência Usiminas.

2. APLICAÇÃO E ABRANGÊNCIA

As diretrizes estabelecidas neste documento devem ser observadas e aplicadas pelos membros do quadro corporativo da Previdência Usiminas e pelos *stakeholders* em suas relações institucionais.

Sempre que necessário, esta Política deverá ser revisada para buscar melhorias constantes na comunicação com as partes interessadas da Previdência Usiminas. Isso se deve à busca contínua pelo aprimoramento da comunicação interna e externa, em linha com as estratégias da Previdência Usiminas, cultura organizacional e constantes mudanças, inovações tecnológicas e novas ferramentas de comunicação e marketing disponíveis no mercado.

3. RESPONSABILIDADES E DIRETRIZES

O quadro corporativo da Previdência Usiminas é responsável por transmitir as mensagens-chave da Entidade de forma consistente, ética e profissional. Sendo assim, o engajamento e comprometimento de todos é essencial para fortalecer a imagem e reputação da Previdência Usiminas. É dever de todos, independentemente do cargo que ocupa, promover uma comunicação alinhada às disposições do Código de Ética e Conduta e aos objetivos estratégicos da Entidade e evitar informações falsas ou enganosas, respeitando a confidencialidade quando necessário.



CONSELHOS DELIBERATIVO

Aprovar, observar e fazer cumprir esta Política que contempla os princípios básicos, diretrizes e responsabilidades do processo de comunicação da Previdência Usiminas.



DIRETORIA EXECUTIVA

Garantir a implementação desta Política, zelando pela observância de seus princípios e diretrizes em todas as decisões.



DIRETOR-PRESIDENTE

Responder pela Previdência Usiminas nos casos de demandas e questionamentos por parte de órgãos de imprensa ou veículos de comunicação. Também é responsável por indicar um porta-voz para responder pela Entidade em seu lugar, quando for o caso.



GESTORES

Colaborar para a livre circulação de informações públicas, de interesse dos participantes ativos e assistidos e informar à área de Comunicação e Marketing sobre quaisquer mudanças regulamentares, estatutárias, de procedimentos e demais ocorrências de interesse comum para que a atualização dos canais de comunicação seja executada. Promover a participação e o engajamento de suas equipes nas ações da comunicação estratégica da Entidade.

QUADRO CORPORATIVO

Zelar pela imagem da Previdência Usiminas, inclusive nas mídias e redes sociais, e cuidar para que os processos de comunicação se realizem conforme os objetivos estratégicos da Entidade. Além disso, adotar os padrões e procedimentos de comunicação da Entidade, especialmente quanto à qualificação da informação, do formato e da apresentação.

ÁREA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

Fazer a gestão da comunicação integrada, primando pela transparência, clareza das informações e ética em todos os processos. A comunicação integrada inclui uma gestão eficaz da comunicação interna/endomarketing, externa, mercadológica, institucional, gestão da imagem, gerenciamento de crise, relações com a mídia, marketing e publicidade, garantindo que as mensagens sejam transmitidas de forma eficiente por meio das seguintes ações:

- ✓ Realizar a gestão da comunicação estratégica e integrada da Entidade.
- ✓ Disseminar internamente as diretrizes desta Política de Comunicação.
- ✓ Mobilizar, engajar e sensibilizar o quadro corporativo para o alcance dos objetivos estratégicos da Entidade.
- ✓ Buscar a unificação do discurso institucional, traduzindo posicionamentos de maneira clara e assegurando a consistência dos discursos.
- ✓ Preservar e cuidar da imagem institucional em todas as instâncias, no que diz respeito à identidade visual, verbal e alinhamento de discurso coerente com a cultura organizacional da Entidade.
- ✓ Promover, preservar e defender a imagem corporativa e a reputação da Entidade.
- ✓ Utilizar meios de comunicação e instrumentos adequados de forma segmentada aos diferentes públicos.
- ✓ Acompanhar o nível de satisfação dos participantes e assistidos quanto à Previdência Usiminas, buscando aprimorar a comunicação e alcançar percentuais mais elevados de satisfação.
- ✓ Promover, disseminar e atuar na consolidação de uma cultura previdenciária e financeira.
- ✓ Promover o bom relacionamento e comunicação junto aos *stakeholders*.
- ✓ Acompanhar e aplicar as legislações que tratam da comunicação junto aos participantes ativos e assistidos.
- ✓ Manter os documentos que regem a área de Comunicação e Marketing atualizados.
- ✓ Responder pelo relacionamento com os órgãos de imprensa, por meio do trabalho de assessoria de imprensa, promovendo a participação da Previdência Usiminas de forma positiva na mídia.
- ✓ Apoiar o diretor-presidente e as pessoas designadas para responder pela Previdência Usiminas em caso de demandas e questionamentos por parte da imprensa ou veículos de comunicação.

- ✓ Acompanhar e aplicar novas formas de gestão e inovações na área, acompanhando as tendências de mercado.
- ✓ Manter a equipe atualizada e capacitada para atuar com conhecimento técnico necessário para a execução das atividades pertinentes à área.

COMITÊ DE COMUNICAÇÃO

Deliberar sobre temas relevantes que podem vir a impactar diretamente os *stakeholders*. As regras e o papel do Comitê constam no Regimento desta instância e está disponível para consulta na intranet da Previdência Usiminas.

4. PRINCÍPIOS

Os processos de comunicação da Previdência Usiminas serão conduzidos pela área de Comunicação e Marketing da Entidade. A área deve assumir e cumprir suas responsabilidades com ética e eficiência. Deve ser organizada e estruturada, com corpo técnico capacitado para o alcance dos objetivos estabelecidos nesta Política, utilizando as ferramentas disponíveis e com o apoio de parceiros externos quando necessário para fornecimento de produtos e serviços.

A área de Comunicação e Marketing deve respeitar os termos legais em vigor no que se aplica à comunicação do segmento previdenciário e reserva-se ao direito de manter a confidencialidade para assuntos estratégicos e de dados pessoais conforme previsto em leis específicas.

5. COMUNICAÇÃO INTEGRADA

A comunicação integrada consiste na integração de diversas áreas da Comunicação.



5.1. COMUNICAÇÃO INTERNA

A comunicação interna, realizada junto ao quadro corporativo, tem o papel de promover os norteadores, as diretrizes estratégicas, os fluxos processuais, promover a integração, o engajamento e a sinergia entre as áreas e unidades organizacionais da Entidade. Os produtos e serviços de comunicação relativos à comunicação interna são definidos de acordo com a estratégia da área de Comunicação e Marketing. Para isso, conta com o apoio de todas as áreas de negócios da Entidade, seguindo o direcionamento estratégico da Entidade e o planejamento anual da área de Comunicação e Marketing, podendo incluir ou excluir produtos e serviços de acordo com a efetividade dos mesmos.

5.2. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Na construção, posicionamento e fortalecimento da reputação de sua imagem, a Previdência Usiminas deve trabalhar baseando-se nas boas práticas de governança, comunicação transparente e estabelecendo um relacionamento de confiança com os *stakeholders*. Sendo assim, as ações de comunicação, produtos e serviços devem seguir o planejamento estratégico da área de Comunicação e Marketing, zelando pela imagem institucional, alinhado aos princípios, valores e diretrizes desta Política.

Neste sentido, para fortalecer e promover a comunicação institucional, é importante trabalhar e divulgar, junto aos *stakeholders* internos e externos, temas que fortalecem a imagem corporativa, como governança, políticas, riscos, investimentos, recursos humanos, planejamento estratégico e tecnologia. As iniciativas de comunicação institucional são definidas em conjunto com as áreas de negócio da Previdência Usiminas.

5.3. COMUNICAÇÃO EXTERNA

A comunicação externa da Previdência Usiminas visa a promoção e o fortalecimento da imagem corporativa em ambiente externo, promovendo o relacionamento com os *stakeholders*, os planos de benefícios, serviços e produtos. Nesse sentido, a comunicação poderá usar estratégias ligadas à assessoria de imprensa, marketing, publicidade, branding, relações públicas, entre outros.

5.4 COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA: MARKETING E PUBLICIDADE

Promover produtos e serviços ofertados pela Previdência Usiminas de forma clara, atraente, informativa, objetiva e, quando couber, com teor comercial/publicitário para os *stakeholders*, observando o discurso estratégico da Entidade e a identidade visual. Promover e mensurar o aumento de visitantes e engajamento nas plataformas digitais, como site e mídias sociais, o número de seguidores e promotores.

5.5. RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

A área de Comunicação da Entidade deve se pautar pela unificação do discurso institucional de forma que esse discurso seja íntegro e coerente com as estratégias, valores e diretrizes da Entidade, favorecendo um entendimento único entre os diferentes *stakeholders*. Para fins de alinhamento de mensagens e posicionamento institucional em todas as formas de relacionamento com órgãos de imprensa ou veículos de comunicação, serão designados porta-vozes pela Previdência Usiminas. Pedidos de entrevista, portando, devem ser encaminhados para a área de Comunicação e Marketing.

5.6. GESTÃO DE CRISE DE IMAGEM

A Previdência Usiminas adotará medidas com o objetivo de antecipar, prevenir e minimizar situações que possam prejudicar a reputação da Entidade. Em caso de crise, a área de Comunicação deverá coordenar ações de divulgações oficiais dos fatos, assegurando a unidade do discurso. Poderá, ainda, recorrer a serviços de empresas especializadas em gerir crise de imagem. A área de Comunicação e Marketing poderá ainda solicitar à Diretoria Executiva a criação de uma comissão multidisciplinar de crise de imagem.

6. PRINCIPAIS INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO

- ✓ **Relatório Anual de Informações:** arquivo digital, navegável, disponibilizado anualmente no site da Previdência Usiminas, conforme legislação vigente. O documento deve ser divulgado no prazo legal, tem o objetivo de prestar contas da atuação da Entidade, em linha com a transparência e governança corporativa e deve ser claro, objetivo compreensível.
- ✓ **Programa de Educação Previdenciária e Financeira:** conjunto de iniciativas voltadas à promoção da educação financeira e previdenciária, com o objetivo de contribuir para a ampliação do conhecimento relacionado ao universo financeiro e previdenciário e ajudar a promover uma tomada de decisão mais consciente. As ações são planejadas pela área de Comunicação e Marketing, em conjunto com as áreas técnicas de Previdência Usiminas. As ações podem consistir em eventos, campanhas, cartilhas, folders, ações interventivas e pontuais, Blog Futurar, entre outras.
- ✓ **Pesquisa de Satisfação:** pesquisa realizada junto ao público-alvo que consiste em medir o grau de satisfação em relação à Entidade e criar iniciativas de melhorias junto às áreas de negócio da Previdência Usiminas.
- ✓ **Gestão de mídias sociais:** a gestão das mídias sociais da Entidade deve seguir a estratégia da Entidade, a identidade visual estabelecida e possui linha editorial com foco na educação previdenciária e financeira, bem como informações institucionais da Previdência Usiminas que são de domínio público.
- ✓ **Site:** site corporativo, responsivo, cuja linha editorial se baseia na comunicação institucional, educação previdenciária e financeira, informações sobre planos e serviços e demais informações institucionais sobre a Previdência Usiminas.
- ✓ **Comunicados:** publicações sazonais, podem ser em formato impresso ou digital (via e-mail marketing). Divulgados sob demanda e cuja linha editorial é fortalecer a transparência e o bom relacionamento com os participantes ativos e assistidos dos planos de benefícios da Entidade. Informações como alterações regulamentares, estatutárias, campanhas de conscientização, características dos planos, incentivo à educação previdenciária e financeira e demais informações de interesse de forma segmentada para cada público-alvo.
- ✓ **Newsletters:** divulgação de notícias via e-mail marketing para diferentes públicos, cuja linha editorial se baseia nas notícias institucionais da Entidade e notícias do segmento previdenciário.
- ✓ **Revista:** revista em formato digital, cuja linha editorial é voltada para a educação previdenciária e financeira e temas institucionais.

A Comunicação possui outros instrumentos, produtos e serviços e poderá incluir e excluir projetos de acordo com a efetividade da ferramenta e canal, seguindo o direcionamento estratégico da Entidade e o planejamento anual da área de Comunicação e Marketing.

7. REFERÊNCIAS

-  **Código de Ética e Conduta da Previdência Usiminas.** Disponível em: < https://previdenciausiminas.com/wp-content/uploads/2022/07/programa_integridade_codigo_etica_conduta.pdf>. Acesso em: 29 de jan. de 2024.
-  **Guia de referência: política de comunicação nas entidades fechadas de previdência complementar.** Organização da Comissão Técnica Nacional de Comunicação. 2. ed. ampl. e atual. São Paulo: ABRAPP – Associação Brasileira das Entidades Fechadas e Previdência Complementar, 2023.
-  **Regimento interno do Comitê de Comunicação da Previdência Usiminas.** Acesso em 2024.
-  **Resolução CNPC nº32.** Disponível em: < http://sa.previdencia.gov.br/site/2020/02/cnpc_res32_2019.pdf>. Acesso em: 2 de jun. de 2024.

8. COTROLE DE VERSÃO

VERSÃO	APROVAÇÃO CD	DATA	ALTERAÇÃO
00			Criação documento

FICHA TÉCNICA

PRODUÇÃO E ELABORAÇÃO

Coordenação de Comunicação e Marketing

JORNALISTAS RESPONSÁVEIS

Kátia Viviane Gonçalves Primo (RP nº 10.942/MG)

Thais Alessandra Oliveira Versiani (RP nº 18.011/MG)

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Fabiano Evangelista Jacinto

EDIÇÃO E APROVAÇÃO

Comitê de Comunicação

Diretoria Executiva

DELIBERAÇÃO

Conselho Deliberativo

PREVIDÊNCIA USIMINAS

Telefone: 0800-0831111

www.previdenciausiminas.com



Sede Belo Horizonte

Avenida do Contorno, 6.594, 12º andar, - Bairro Savassi, Belo Horizonte – MG

CEP: 30110-044



Unidade Ipatinga

Avenida Presidente Castelo Branco, 632, Loja: 2 – Horto – Ipatinga/MG - CEP: 35.160-294



Unidade Santos

Avenida Conselheiro Nébias, 444, 15º Andar, sala 1505 – Encruzilhada – Santos/SP –

CEP: 11.045-000

COMENTÁRIOS E SUGESTÕES:

comunica@previdenciausiminas.com