

Política de Comunicação

ReckittPrev – Reckitt Benckiser Sociedade Previdenciária

1. APRESENTAÇÃO

Este documento visa definir os processos de comunicação internos e externos da ReckittPrev, buscando, através de orientações e recomendações, promover o melhor gerenciamento do relacionamento da ReckittPrev com seus públicos relevantes (Dirigentes da Entidade, Colaboradores, Participantes do Plano, Órgãos Reguladores e a Mídia), numa relação de ética, transparência, respeito e responsabilidade.

Por tudo isso, a Comunicação Organizacional é uma competência essencial que as organizações modernas necessitam dominar, de modo à melhor compartilhar com o público interno e externo suas reais intenções e realizações.

Como instrumento estratégico de gestão organizacional, a comunicação deve trabalhar para concretizar o que a ReckittPrev tem de mais importante - seus valores e sua imagem. A excelência na construção dessa imagem deve ser buscada através de esforço constante de todos os colaboradores.

2. VALORES PARA A POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

Para definir os valores da Política de Comunicação é necessário considerar: Visão, Missão e Valores. Somente após essa análise, torna-se possível definir os valores que devem orientar a comunicação, como:

Missão

Gerir o Plano de Benefícios exclusivamente para os Participantes do Plano de Benefícios (participantes ativos, assistidos e beneficiários), fazendo o que é certo sempre.

Visão

Promover o melhor Plano de Previdência para seus Participantes e Patrocinadoras, respeitando a legislação e a transparência da gestão.

Valores

- Ética
- Transparência
- Responsabilidade
- Excelência

3. OBJETIVOS DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

São objetivos da Política de Comunicação:

Objetivos Gerais

- ✓ Estabelecer normas que disciplinem o relacionamento da ReckittPrev com seus públicos, internamente e externamente;
- ✓ Disseminar os valores que devem pautar a Comunicação da Entidade;
- ✓ Definir atribuições e responsabilidades no processo da Comunicação;
- ✓ Unificar o discurso institucional;
- ✓ Monitorar o atendimento às obrigações legais de fornecimento de informações, de acordo com calendário e normas específicas estabelecidas pela legislação vigente;
- ✓ Zelar pela integridade e preservação da identidade corporativa, orientando sobre padrões de aplicação e uso da marca;
- ✓ Conscientizar sobre a importância da Comunicação como ferramenta estratégica de gestão e de seu papel no processo de fortalecimento e preservação da imagem;
- ✓ Promover, consolidar e valorizar a imagem institucional da ReckittPrev junto aos seus públicos de interesse;
- ✓ Definir e disciplinar as práticas de comunicação, buscando a criação de um padrão de relacionamento reconhecido e valorizado nas suas diversas áreas de atuação;
- ✓ Favorecer o fluxo de informações entre a ReckittPrev e seus públicos, maximizando a transparência nas ações comunicativas e de relacionamento.

Objetivos Específicos

Para o Público Interno

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

Para as Patrocinadoras

- ✓ Fortalecer a interação e a parceria com as Patrocinadoras e Entidades representativas do segmento.

Para os Participantes e Assistidos

- ✓ Adequar os canais de comunicação e a linguagem às necessidades e expectativas dos Participantes, Aposentados e Beneficiários;
- ✓ Facilitar o acesso às informações e despertar o interesse e a participação na gestão da ReckittPrev;
- ✓ Contribuir para elevar permanentemente o nível de satisfação dos Participantes e Assistidos.

Para os Órgãos Reguladores e Fiscalizadores

- ✓ Estreitar o relacionamento, criando ambiente propício para esses contatos;
- ✓ Unificar a área de envio e recebimento de documentos formais;
- ✓ Estabelecer formas de encaminhamento e respostas padrão das informações.

4. RESPONSABILIDADES

O Diretor Superintendente juntamente com o Membro da Diretoria, respondem pelo gerenciamento das ações de comunicação da ReckittPrev, a partir da conjugação das metas institucionais definidas pela Diretoria ou Conselho Deliberativo, por meio da integração das diversas atividades afins.

Todos os colaboradores têm a responsabilidade de preservar a imagem da ReckittPrev, evitar prejuízos à sua própria imagem e da ReckittPrev, além de seguir estritamente as regras estabelecidas nesta Política.

É fundamental que os colaboradores, dos quais emanam as informações, cuidem para que elas tenham o máximo de qualidade.

Cabe aos colaboradores, ainda, acompanhar as etapas de produção do serviço solicitado e revisar o conteúdo, para garantir que a interpretação e abordagem das informações não alterem o sentido.

5. IDÊNTIDADE DA ENTIDADE

A idêntidade é o conjunto de características pelas quais a ReckittPrev é reconhecida. A imagem é o conceito resultante de todas as experiências, impressões, posições e sentimentos que as pessoas têm em relação à ReckittPrev.

Nesse contexto, o papel da Diretoria Executiva, no que se refere a Comunicação, apoiado pelos colaboradores, é cuidar para que exista estreita correspondência entre a identidade da ReckittPrev e o que se diz sobre ela, interna e externamente.

Para isto foram estabelecidas algumas diretrizes, conforme determinado abaixo:

5.1. DIRETRIZES

Para evitar que existam distorções entre as mensagens que a ReckittPrev divulga e aquilo que as pessoas percebem dela (o conceito), se faz necessário atentar-se ao princípio básico da comunicação que é a transparência, que consiste em divulgar e comunicar além do obrigatório, desejando informar adequadamente, consolidando um clima de confiança interno e externo. Ademais a comunicação deve ir além do desempenho econômico-financeiro, contemplando fatores que ajudem na criação do valor, sendo esta realizada pelos meios de comunicação adequados ao público alvo, buscando sempre atingir o objetivo de melhor informar. São premissas a serem seguidas no processo de comunicação:

- ⇒ A manutenção de um relacionamento pró-ativo, transparente, ético, de credibilidade e de parcerias com todos os seus públicos.
- ⇒ A padronização dos instrumentos de comunicação, priorizando o alinhamento da linguagem em todos os meios e veículos de comunicação da ReckittPrev.
- ⇒ A integração das ações de comunicação interna e externa.
- ⇒ O fortalecimento e a consolidação da sua imagem, mantendo canais adequados de comunicação com públicos previamente identificados e priorizados.
- ⇒ A divulgação de todas as ações e serviços para os públicos de interesse.
- ⇒ A comunicação ética, honesta, clara e trabalhada de forma integrada.

6. CUIDADOS ESSENCIAIS

6.1. AÇÕES ISOLADAS

É importante que os colaboradores não desenvolvam ações isoladas (como criação de cartilhas, programa de tira dúvidas e etc).

A coordenação e responsabilidade dessas atribuições cabem, exclusivamente, a Diretoria Executiva, responsável pela comunicação.

6.2. USO DA LOGOMARCA

O uso da logomarca da ReckittPrev deve ser feito de maneira criteriosa, respeitando o formato e as cores originais.

Nesse sentido, a manipulação da marca deve ser feita com o máximo de zelo, devendo ser monitorada, uma vez que a identidade visual possui grande poder de comunicação.

Cabe a Diretoria Executiva responsável pela comunicação o gerenciamento da utilização da logomarca da ReckittPrev e as instruções detalhadas para a sua correta aplicação, que devem ser rigorosamente obedecidas, e estão disponíveis na rede de computadores da Entidade.

A produção de material de comunicação que tenha a logomarca da ReckittPrev, como peças gráficas, brindes, placas, banners, faixas, bottons, jornais, etc., só poderão ser executadas após a prévia avaliação e autorização da Diretoria Executiva, responsável pela comunicação.

Não é permitido agregar o uso de ícones ou símbolos que interfiram na correta aplicação da logomarca, na divulgação de eventos, programas, projetos.

Patrocínios e apoios a iniciativas de terceiros que envolvam recursos e a utilização da logomarca da ReckittPrev também só poderão ser concebidos mediante prévia avaliação e aprovação.

7. CANAIS E INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO

Mais do que indicar canais e instrumentos que facilitem e promovam a comunicação da ReckittPrev com seus diversos públicos, cabe ressaltar a necessidade de engajamento de todos num mesmo objetivo, observando-se os seguintes parâmetros:

- ✓ Transmissão eficiente das informações aos diferentes públicos;
- ✓ Coerência conceitual;
- ✓ Harmonia de linguagem visual e editorial;
- ✓ Escolha adequada dos canais de comunicação.

O engajamento de todos requer mudanças de comportamento e atitudes e, para isso, é necessário conhecimento e compreensão de todos sobre as políticas de comunicação e respectivos objetivos. Portanto, é fundamental o envolvimento e a participação do corpo funcional da ReckittPrev, nos mais diferentes níveis e cargos.

É preciso sempre ressaltar que a comunicação é o conjunto de ações permanentes e integradas, destinadas a proporcionar um relacionamento eficaz entre a EFPC e seus públicos, fundamentado no correto entendimento dos objetivos.

8. PLANO DE COMUNICAÇÃO

Para o desenvolvimento do processo de comunicação é importante que a ReckittPrev elabore, um plano de ação de comunicação definido a partir das diretrizes de gestão e elaborado com a participação de todos os colaboradores da entidade.

No plano devem constar:

- O objetivo da Comunicação;
- Público-alvo a ser atingido;
- Ferramentas de comunicação a serem utilizados;
- Previsão orçamentária.
- O Plano deve sempre que necessário.

As definições dos conceitos a serem adotados no processo de comunicação devem ser padronizadas, para um melhor entendimento de todos os envolvidos.

Conceitos:

Objetivo da Comunicação

Corresponde à "Informação" que a ReckittPrev deseja transmitir aos seus interessados.

Público Alvo

Entende-se por "Público Alvo" aqueles que serão os receptores do processo de comunicação.

Público Interno:

- Diretoria;
- Conselhos: Deliberativo e Fiscal;
- Colaboradores;
- Participantes

Público Externo:

- Prestadores de Serviços;

- Patrocinadoras;
- Instâncias Governamentais: (Executivo; Legislativo e Judiciário);
- Organizações Semelhantes do Setor;
- Sociedade Civil;
- Órgão de Fiscalização: Superintendência Nacional de Previdência Complementar – PREVIC.

I. Ferramentas de Comunicação

Instrumentos de divulgação do processo de comunicação.

Alguns veículos de comunicação: meios de comunicação da Patrocinadora e Entidade.

II. Previsão Orçamentária

Todas as ações propostas e aprovadas no plano de comunicação devem ter seus custos previstos no Orçamento Anual da ReckittPrev devidamente aprovado pelo Conselho Deliberativo.

9. DISPOSIÇÕES FINAIS

A implantação desta Política e suas futuras alterações serão aprovadas pelo Conselho Deliberativo da ReckittPrev.

A Política deverá ser reavaliada caso seja necessário, e divulgada internamente a todos os Conselheiros, Diretores e Colaboradores.

Os demais detalhes ou itens aqui não tratados poderão ser tratados em outras normas ou procedimentos específicos se for julgado necessário.

São Paulo, 13 de julho de 2021

DocuSigned by:

Carlos Santos

ED7C7C76792649B...

Carlos José dos Santos
Diretor Superintendente

DocuSigned by:

Rosa Storoli

FADE624FABF544D...

Rosa Herminia Storoli dos Santos

Diretora AETQ

DocuSigned by:

Ricardo Gomes

C56B9A47274A4D3...

Ricardo Vick Fernandes Gomes

Diretor Responsável pelo Plano de Benefícios II