



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 identidade 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

Carlos José dos Santos
Diretor Superintendente

Rosa Herminia Storoli dos Santos

Diretora AETQ

Ricardo Vick Fernandes Gomes

Diretor Responsável pelo Plano de Benefícios II