

# POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO



**FUNDAÇÃO CEEE**  
PREVIDÊNCIA PRIVADA





## SUMÁRIO

<b>1. APRESENTAÇÃO.....</b>	<b>05</b>
<b>2. OBJETIVOS GERAIS.....</b>	<b>05</b>
<b>3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....</b>	<b>06</b>
<b>4. DIRETRIZES.....</b>	<b>06</b>
<b>5. VALORES.....</b>	<b>07</b>
<b>6. ESTRATÉGIAS FUNDAMENTAIS.....</b>	<b>07</b>
<b>7. PÚBLICOS DE INTERESSE.....</b>	<b>07</b>
<b>8. MACROPROCESSOS DE COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>9. FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>10. CANAIS E INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>11. ÁREAS RESPONSÁVEIS PELA COMUNICAÇÃO DA FUNDAÇÃO CEEE.....</b>	<b>16</b>
<b>12. CONCESSÃO DE ENTREVISTAS.....</b>	<b>17</b>
<b>13. GESTÃO DE CRISE E IMAGEM.....</b>	<b>18</b>
<b>14. EMBASAMENTO TÉCNICO.....</b>	<b>21</b>







## 1. APRESENTAÇÃO

A comunicação é um instrumento de governança corporativa que contribui para estreitar o relacionamento das organizações com seus públicos de interesse. Nesse sentido, a comunicação contribui para divulgar as metas e resultados institucionais, informando e conscientizando o público sobre as ações da empresa que corroboram a realização da sua missão.

Este documento tem como objetivo traçar a estratégia básica de gestão da comunicação da Fundação CEEE com seus públicos de interesse (participantes, patrocinadoras, instituidores, colaboradores, órgãos de governança). Define os objetivos e diretrizes da comunicação, apresenta os principais instrumentos e canais utilizados pela Entidade e alinha um roteiro sintético para a gestão de crises que possam afetar a imagem e a reputação da Fundação CEEE.

## 2. OBJETIVOS GERAIS

- Zelar pela integridade e preservação da identidade corporativa.
- Promover, valorizar e consolidar a imagem institucional da entidade junto aos públicos de interesse.
- Favorecer o fluxo de informações entre a entidade e os públicos de interesse, maximizando a transparência nas ações comunicativas e de relacionamento.
- Estabelecer normas que disciplinem o relacionamento da entidade com os públicos, interna 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.
- Conscientizar sobre a importância da Comunicação como ferramenta estratégica de gestão e de seu papel no processo de fortalecimento e preservação da imagem.
- Definir e disciplinar as práticas de comunicação, buscando a criação de um padrão de relacionamento reconhecido e valorizado nas suas diversas áreas de atuação.
- Gerenciar eventuais crises que possam afetar a imagem e a reputação da Entidade.





### 3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conscientizar o público interno de que a comunicação eficaz e seu impacto na imagem institucional são responsabilidades de todos.
- Definir critérios gerais e orientações sobre padrões e procedimentos, qualificação da informação, formato e apresentação das comunicações.
- Estabelecer canais de comunicação internos que favoreçam o fluxo e o compartilhamento das informações e a troca de conhecimento.
- Fortalecer a interação e a parceria com patrocinadores, instituidores e entidades representativas do segmento.
- Adequar os canais de comunicação e a linguagem às necessidades e expectativas dos participantes, aposentados e pensionistas.
- Facilitar o acesso às informações e despertar o interesse e a participação na gestão da entidade.
- Contribuir para elevar permanentemente o nível de satisfação dos participantes e assistidos.
- Manter contatos periódicos com a imprensa, para divulgar informações que despertem o interesse da sociedade, de um modo geral, sobre a temática da previdência, bem como sobre a importância da poupança previdenciária para a economia do país.

### 4. DIRETRIZES

- Criar e implementar políticas e estratégias de comunicação com o objetivo de informar e aproximar a Fundação CEEE dos públicos de interesse.
- Zelar pela transparência e qualidade das informações.
- Alinhar a linguagem de acordo com os públicos, de forma a facilitar o entendimento nos meios e veículos de comunicação.
- Promover a comunicação externa e interna.
- Mobilizar e sensibilizar periodicamente os colaboradores para o atingimento dos objetivos estratégicos e das metas da Entidade.
- Divulgar tempestivamente assuntos de interesse dos públicos.
- Manter a periodicidade dos veículos de comunicação.
- Sensibilizar os públicos sobre a importância do planejamento financeiro para uma aposentadoria complementar.
- Estimular a adesão aos planos de previdência administrados pela Fundação CEEE.
- Centralizar na Gerência de Relações Corporativas os pedidos de entrevista e análise das pautas para preparação de porta-vozes.
- Auxiliar os porta-vozes conforme a pauta e o veículo.





## 5. VALORES

- Foco no cliente;
- Empatia;
- Transparência;
- Autodesenvolvimento;
- Ética;
- Resiliência;
- Criatividade;
- Comprometimento;
- Otimismo.

## 6. ESTRATÉGIAS FUNDAMENTAIS

Concentrar esforços e investimento na comunicação institucional através de:

- Valorização do relacionamento com o participante
- Divulgação da marca Fundação CEEE e dos planos previdenciários.
- Promoção dos valores da instituição
- Divulgação dos diferenciais competitivos
- Aumento do entendimento do negócio “previdência privada”

## 7. PÚBLICOS DE INTERESSE

Os públicos de interesse da comunicação da Fundação CEEE são compostos por grupos de diferentes perfis, conforme a relação que possuem com a entidade. Em algumas situações, o interlocutor pode ser identificado em mais de uma categoria.

### **Público interno**

- Órgãos de Governança da Fundação CEEE
- Colaboradores
- Participantes
- Patrocinadores
- Instituidores





### Público externo

- Parceiros institucionais (empresas e pessoas físicas contratadas)
- Órgãos do Governo
- Entidades de classe
- Formadores de opinião

### Caracterização do público interno

#### Órgãos de Administração da Fundação CEEE

**Conselho Deliberativo:** órgão máximo de administração geral da Fundação CEEE, composto por participantes indicados pelas patrocinadoras e por participantes eleitos.

**Conselho Fiscal:** órgão de controle interno da Fundação CEEE, composto por participantes indicados pelas patrocinadoras e por participantes eleitos.

**Diretoria Executiva:** órgão de administração geral, composto por participantes indicados pelas patrocinadoras e um eleito.

#### Colaboradores

São os empregados, estagiários e menores aprendizes que compõem o corpo funcional da Fundação CEEE.

#### Participantes

O universo de participantes da Fundação CEEE é composto por diferentes categorias.

**Ativos:** empregados das patrocinadoras, associados de instituidores e ex-autárquicos vinculados ao Grupo CEEE que possuem plano de benefícios previdenciários administrado pela Fundação CEEE.

**Aposentados:** pessoas que percebem benefício de aposentadoria da Fundação CEEE.

**Pensionistas:** pessoas que percebem benefício de pensão da Fundação CEEE e que estavam designadas como dependentes de participante ativo ou aposentado.

**Dependentes:** pessoas vinculadas aos participantes ativos ou aposentados, que podem vir a perceber benefício da Fundação CEEE.







### **Patrocinadores**

Empresas que oferecem aos seus empregados planos de benefícios administrados pela Fundação CEEE.

- Grupo CEEE
- Eletrobras CGTEE
- RGE Sul
- Rio Grande Energia (RGE)
- Companhia Riograndense de Mineração (CRM)
- Indústria de Peças Inpel
  
- Companhia Energética Rio das Antas (CERAN)
- Foz do Chapecó

### **Instituidores**

Entidades de classe que oferecem planos de previdência a seus associados.

- SENGE-RS
- SINPRO-RS
- SINTAE-RS
- SINTEE Norte RS
- SINTEP Vales
- AFCEEE
- SINTEC-RS
- Tchê Previdência
- SEPRORGS

### **Caracterização do público externo**

#### **Parceiros institucionais (empresas e pessoas físicas contratadas)**

Não integram o quadro funcional da Fundação CEEE, mas prestam serviço à entidade tais como empresas de segurança e portaria, limpeza, escritórios jurídicos, auditores independentes, consultorias atuariais e de investimentos, bancos, corretoras de valores e de seguros, seguradoras.





### Órgãos do Governo Federal e Estadual

- PREVIC - Superintendência Nacional de Previdência Complementar
- SPPC - Secretaria de Políticas Públicas de Previdência Complementar
- CMN - Conselho Monetário Nacional
- TCE-RS – Tribunal de Contas do Estado do Rio Grande do Sul

### Entidades de classe

- ABRAPP – Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar
- SINDAPP – Sindicato Nacional das Entidades de Previdência Complementar
- ICSS – Instituto Cultural de Seguridade Social

### Formadores de opinião

Lideranças de categorias profissionais que possuem algum vínculo com a Fundação CEEE (sindicatos e associações); profissionais de comunicação (imprensa); e a sociedade em geral.

## 8. MACROPROCESSOS DE COMUNICAÇÃO

O Macroprocesso de comunicação da Fundação CEEE está documentado no Sistema de Gestão da Qualidade por meio dos seguintes instrumentos disponíveis na intranet da Entidade (Sistema e-prev).

### Processo de Divulgação

- Sub-processo de Divulgação em meio eletrônico.
- Sub-processo de divulgação em meio impresso.
- Sub-processo concessão de entrevistas.
- Instrução de trabalho do processo de divulgação.
- Instrução de trabalho do processo de elaboração do Relatório Anual de Informações.

Estes documentos identificam as etapas, atividades executadas e respectivos responsáveis por sua execução.





## 9. FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO

São os instrumentos pelos quais a Fundação CEEE se dirige aos públicos para divulgar o posicionamento, as informações e as mensagens para informar e projetar sua imagem. A seleção adequada das ferramentas de comunicação é importante para a maximizar o resultado de uma campanha ou ação de comunicação. Na Fundação CEEE essa seleção é ainda mais importante devido à natureza da relação entre Fundação e participante, em que a base da comunicação é o relacionamento e a informação.

### Relações Públicas

É um conjunto de ações que busca provocar e assegurar junto ao público reações favoráveis e de credibilidade à instituição. Para os fundos de pensão é uma das ferramentas mais importantes para fortalecer o relacionamento e a credibilidade.

### Publicidade

É uma das ferramentas mais poderosas para promover a conscientização das pessoas sobre uma marca, produto ou ideia. Caracteriza-se pela divulgação através de peças gráficas ou eletrônicas.

### Assessoria de Imprensa

Administra o fluxo de informações entre a instituição e os veículos de comunicação, mediando as relações com a imprensa e potencializando as oportunidades de mídia espontânea (notícia). É uma ferramenta que transmite alta credibilidade.

## 10. CANAIS E INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO

A Fundação CEEE possui instrumentos e canais de comunicação, cujo objetivo é divulgar a seus públicos de interesse as decisões, ações institucionais e campanhas de prospecção de novos participantes, patrocinadoras e instituidores. Esses instrumentos e canais também têm o papel de atuar no fortalecimento da marca e consolidar a imagem institucional da Entidade.

Os canais e instrumentos de comunicação devem ser selecionados levando-se em conta o conteúdo da mensagem, os públicos aos quais se destina para que esta chegue na quantidade e qualidade desejadas pela instituição. Os meios mais adequados para uma comunicação eficaz com seus públicos, principalmente com participantes são aqueles mais dirigidos.

Nesse sentido, a Fundação CEEE tem como diretriz a segmentação da comunicação para seus participantes de acordo com o plano previdenciário e a categoria do participante (ativo, aposentado, pensionista).





A seguir, apresentamos uma lista dos principais instrumentos de comunicação utilizados pela Fundação CEEE.

## **IMPRESSOS**

### **Boletim Fundação Informa**

Informativo impresso que veicula notícias específicas para determinados nichos de participantes. Formato de mala-direta, com tiragem de acordo com o público ao qual se destina. Públicos abrangidos: Participantes dos planos de benefícios previdenciários.

### **Folders institucionais e de planos previdenciários**

Informativos impressos com informações promocionais sobre a Entidade e sobre os planos previdenciários. Públicos abrangidos: prospects (empresas, entidades associativas, empregados e associados).

## **ELETRÔNICOS**

### **Site institucional e hot sites dos planos**

Portal institucional da entidade por meio do qual os participantes podem acessar informações sobre seus planos previdenciários e serviços de autoatendimento com uso de login e senha. Públicos abrangidos: todos os públicos de interesse.

### **Aplicativo Meu Plano**

Sintetiza algumas funcionalidades disponíveis no autoatendimento em uma plataforma para acesso via smartphone. Públicos abrangidos: todos os públicos de interesse.

### **Boletim Contracheque**

Veiculação de informações pontuais disponibilizadas mensalmente no contracheque eletrônico do autoatendimento. Públicos abrangidos: aposentados e pensionistas.





### **Extrato**

Informativo disponibilizado no autoatendimento e enviado por e-mail aos participantes ativos dos planos de Contribuição Definida.

### **Meu Retrato**

Informativo disponibilizado no autoatendimento e enviado por e-mail aos participantes ativos dos planos previdenciários. A Fundação CEEE também oferece este instrumento para os assistidos do plano CRMPrev.

### **Fundação Online**

Boletim eletrônico com a síntese de notícias publicadas no site da entidade e enviado, por e-mail, quinzenalmente aos participantes.

### **Relatório Anual de Informações**

Instrumento destinado a divulgar os resultados da Entidade. A Fundação CEEE segmenta o Relatório, desenvolvendo um instrumento para cada plano previdenciário, incluindo informações gerais e específicas dos planos. Os relatórios são disponibilizados no site institucional e nos respectivos hot sites dos planos. Públicos abrangidos: todos.

### **Política de Investimentos**

Instrumento de periodicidade anual que consolida as principais decisões sobre os investimentos de recursos financeiros da Entidade. A Política de Investimentos é disponibilizada no site institucional e enviada por e-mail aos participantes. Públicos abrangidos: participantes ativos, aposentados e pensionistas.

### **Estatuto, regulamentos, cartilhas**

Documentos de gestão institucional e de regulação dos planos previdenciários da Fundação CEEE disponibilizados no site institucional e nos hot sites dos planos previdenciários. Públicos abrangidos: participantes ativos, aposentados e pensionistas.





### **Código de Ética**

Documento disponibilizado no site institucional que alinha os princípios éticos que condicionam as atividades da Fundação CEEE, configurando os valores que norteiam a sua atuação e orientam o ambiente organizacional.

### **E-mail marketing**

Canal utilizado para veicular campanhas de venda do plano e divulgar os demais instrumentos de comunicação da Fundação CEEE. Públicos abrangidos: todos. Divulgação segmentada conforme o conteúdo da informação.

### **SMS**

Canal de divulgação de mensagens curtas como lembretes para o participante tomar ação. Públicos abrangidos: participantes. Divulgação segmentada conforme o conteúdo da informação.

### **Clipping eletrônico**

Instrumento de periodicidade diária, utilizado para noticiar informações sobre previdência, economia e investimentos, por meio do serviço de clipping Assprevisite. Público abrangido: colaboradores e Diretoria Executiva da Fundação CEEE.

### **Cenário Legal**

Instrumento de divulgação da legislação previdenciária e demais atos legais que impactam nas atividades da Entidade. O Cenário Legal é distribuído por e-mail. Público abrangido: colaboradores da Fundação CEEE.

### **Pautas e súmulas dos órgãos diretivos**

As pautas e súmulas de reuniões do Conselho Deliberativo, Conselho Fiscal e Diretoria Executiva são disponibilizadas no autoatendimento para acesso exclusivo dos participantes.





### **Releases e anúncios**

Instrumentos utilizados para divulgar informações da Fundação CEEE à imprensa, assessorias de comunicação de patrocinadoras e instituidores, bem como aos canais de comunicação do sistema de previdência. Públicos abrangidos: formadores de opinião.

### **MÍDIAS SOCIAIS**

#### **Facebook, LinkedIn, Twitter e Instagram Família Previdência**

A presença da Fundação CEEE nas redes sociais está focada na divulgação do Plano Família Previdência com dicas de educação financeira e previdenciária. Públicos abrangidos: todos.

### **CAMPANHAS PROMOCIONAIS**

#### **Campanhas de venda dos planos**

Ações de publicidade e propaganda cujo objetivo é difundir as características e vantagens dos planos previdenciários para aumentar o número de participantes da Fundação CEEE. A entidade utiliza cartazes, e-mail marketing, folders, flyers e anúncios como meios de divulgação dos planos. Públicos abrangidos: empregados das patrocinadoras e associados dos instituidores.

### **PRESENCIAIS - EVENTOS**

#### **Palestras Institucionais**

Encontros periódicos nas principais cidades do Estado do Rio Grande do Sul por meio dos quais a Fundação CEEE apresenta um perfil atualizado da entidade e esclarece as principais dúvidas dos participantes sobre seus planos de benefícios. Públicos abrangidos: participantes ativos, aposentados e pensionistas.

#### **Seminário Econômico Fundação CEEE**

Evento anual no qual palestrantes convidados apresentam as perspectivas macroeconômicas e políticas para o ano seguinte. Tem o objetivo de promover a imagem institucional da Fundação CEEE. Públicos abrangidos: todos os públicos de interesse.







### Seminário de Previdência Caminhos para o Futuro

Evento anual no qual palestrantes convidados apresentam tendências e ideias sobre previdência e educação financeira. Tem o objetivo de promover a imagem institucional da Fundação CEEE. Públicos abrangidos: todos os públicos de interesse.

### ATENDIMENTO

#### Atendimento pessoal, telefônico, por e-mail e autoatendimento

Canais de atendimento disponibilizados pela Fundação CEEE aos seus participantes. A central de atendimento presencial e por telefone funcionam de segunda a sexta-feira, das 8h às 17h. Os serviços de autoatendimento por telefone e pela internet estão disponíveis 24h por dia. Públicos abrangidos: participantes ativos, aposentados e pensionistas.

### PESQUISAS

#### Pesquisas de satisfação

A Fundação CEEE realiza uma série de pesquisas para avaliar a satisfação de seus públicos de interesse: Pesquisa Bial de Satisfação de Participantes; Pesquisa de Satisfação de Patrocinadoras e Instituidores; Pesquisa de Satisfação com Eventos Institucionais; Pesquisa de Clima Organizacional; Pesquisa de Satisfação com Serviços de Tecnologia da Informação. Públicos abrangidos: participantes, patrocinadoras, instituidores, colaboradores. Segmentação de acordo com a natureza da pesquisa.

## 11. ÁREAS RESPONSÁVEIS PELA COMUNICAÇÃO DA FUNDAÇÃO CEEE

A comunicação da Fundação CEEE com seus diversos públicos de interesse passa por todas as áreas da Entidade. A seguir, apresentamos uma síntese das principais responsabilidades de cada área em relação à comunicação.

A **Gerência de Relações Corporativas** é responsável pela comunicação institucional com todos os públicos de interesse incluindo o processo de divulgação e processo decisório.

A **Gerência de Gestão de Pessoas e Administrativo** é responsável pela comunicação interna, com apoio da Gerência de Relações Corporativas no desenvolvimento dos instrumentos de divulgação.

A **Gerência de Tecnologia da Informação** é responsável pelos sistemas corporativos utilizados pela Entidade.







A **Gerência Comercial e Marketing** planeja campanhas de adesão de novos participante e prospecção de novas patrocinadoras e instituidores, com apoio da Gerência de Relações Corporativas no desenvolvimento dos instrumentos de divulgação. A Gerência Comercial e Marketing é responsável pelo relacionamento com os participantes por meio dos diversos canais de atendimento.

A **Gerência de Controladoria** estabelece contato com os órgãos reguladores e fiscalizadores, trocando informações periódicas sobre os planos previdenciários. Elabora os conteúdos de regulamentos dos planos, cartilhas e o informativo “Cenário Legal” e divulga relatórios de auditoria do sistema de gestão da qualidade no âmbito interno.

A **Gerência Financeira e Contábil** é responsável pelo envio do extrato trimestral e demais correspondências de natureza financeira com os participantes.

A **Gerência de Investimentos** é responsável pela elaboração da Política de Investimentos.

A **Auditoria Interna** elabora relatórios, divulgando-os no âmbito interno.

A **Gerência Jurídica** elabora pareceres e estabelece contato com os prestadores de serviço responsáveis pela defesa institucional e dos planos previdenciários administrados pela Entidade.

## 12. CONCESSÃO DE ENTREVISTAS

A concessão de entrevistas é uma excelente oportunidade para a organização se projetar no mercado e se posicionar em situações de crise. O contato pessoal ou por telefone de fontes da organização com os veículos de comunicação contribui para a credibilidade das informações fornecidas à sociedade.

Preferencialmente, as entrevistas deverão ser concedidas por um membro da Diretoria Executiva ou por um gerente, de acordo com o tema da pauta solicitada com acompanhamento de um membro da Gerência de Relações Corporativas.

As solicitações de entrevistas devem passar pela Gerência de Relações Corporativas que avaliará a demanda junto à presidência da Entidade para que seja definido o porta-voz e a linha das informações que serão fornecidas ao veículo.

A Gerência de Relações Corporativas procederá o agendamento da entrevista e levantará com as áreas pertinentes as informações necessárias para subsidiar o porta-voz.

Recomenda-se que as entrevistas, se possível, sejam concedidas por e-mail, a fim de garantir maior fidelidade sobre as informações que serão publicadas no veículo.





### 13. GESTÃO DE CRISE E IMAGEM

A reputação da Fundação CEEE foi constituída ao longo de sua história. Ela é parte do patrimônio da entidade. Na condição de maior fundo de pensão do Estado do Rio Grande do Sul, a Fundação CEEE é reconhecida como uma entidade multipatrocinada que oferece soluções em previdência complementar para empresas e entidades associativas e prima pelo atendimento e compromisso com seus participantes.

A imagem da Fundação CEEE é a forma pela qual a entidade é percebida por seus públicos de interesse. Essa percepção é instável, sujeita a impactos de cenário, ruídos e outros fatores que influenciam na percepção desses públicos. Por isso, a imagem da Fundação CEEE deve ser zelada por todos que direta ou indiretamente estejam envolvidos nos processos de trabalho que envolvem a Entidade.

Um dos principais fundamentos do setor de previdência complementar é a relação de confiança estabelecida entre os participantes e seu fundo de pensão, decorrente das relações de longo prazo, inerentes ao contrato previdenciário. Nesse sentido, qualquer arranhão na imagem do fundo de pensão pode provocar instabilidade, prejuízos e crises diversas.

Além disso, a previdência complementar pertence a um ambiente de riscos, sujeito à inconstância de uma pauta complexa, constituída de questões sociodemográficas, atuariais, econômico-financeiras, entre outras.

Quanto mais a Entidade pautar a sua atuação observando a legislação e as normas vigentes, operar no mercado financeiro com fundamentos técnicos e atuariais, independente de interesses políticos, fundamentar suas ações em princípios éticos e de responsabilidade socioambiental, menos vulnerável estará a crises inesperadas.

Reputação, imagem e confiança são, portanto, ativos tão importantes para o fundo de pensão quanto ao seu patrimônio e investimentos. Protegê-las requer responsabilidade e participação de todos da Entidade, sem qualquer distinção de cargo ou função, pois todo o corpo funcional é parte desse processo.

É importante ter a consciência de que o trabalho de comunicação se inicia antes de uma crise se instalar. Para isso, é fundamental manter uma comunicação atuante, com o objetivo de estreitar o relacionamento da instituição com seus diversos públicos, realçando os atributos de confiabilidade e respeito à comunidade. Faz parte desse contexto um planejamento adequado e preventivo.

Nesse sentido, é importante trabalhar na construção e fortalecimento da reputação e imagem da Fundação CEEE, por meio de boas práticas de governança, comunicação transparente e relacionamento de confiança com seus públicos. A atuação da Fundação CEEE deve valorizar a transparência, observando a legislação e as normas vigentes; além de mostrar que a Entidade opera no mercado financeiro com fundamentos técnicos e atuariais, alicerçados em princípios éticos e de responsabilidade socioambiental.





### Pré-Crise

O ponto principal da gestão de crise é a prevenção, por meio da identificação de sinais internos ou externos que anunciam a sua chegada e da preparação de estrutura para enfrentá-la. A prevenção facilita o gerenciamento da crise. Antecipar-se aos fatos minimiza os eventuais impactos e preserva a imagem da entidade, do plano ou da personalidade envolvida.

Recomenda-se a constituição de um Comitê de Crise propositivo e executivo, sendo composto por integrantes de diversas áreas da Fundação CEEE. As propostas serão submetidas à Diretoria Executiva e, quando necessário, ao Conselho Deliberativo.

### Composição do Comitê de Crise

- Diretoria Executiva
- Porta-voz da Entidade (membro da Diretoria Executiva)
- Gerência de Relações Corporativas
- Gerência Jurídica
- Líderes das áreas afetadas

O Comitê deverá analisar a situação, levantar as informações relevantes e definir a estratégia, o teor das mensagens, as metas e as ações a serem executadas, e se reunirá quando houver indícios que possam afetar de forma direta e indireta a imagem da Fundação, para propor medidas preventivas e ações no período da crise.

### Durante a crise

A área de relacionamento com o participante deve ser preparada imediatamente para responder à crise. Ela é a linha de frente com o cliente e deve ter, além das informações pertinentes à comunicação, subsídios que possam contribuir para melhor contribuição do assunto.

Em uma crise não é hora de ser vago. Em tempos de confusão e incerteza, é importante que as pessoas saibam claramente o que precisam fazer. Deve-se informar o máximo possível o público interno durante a crise, oferecendo uma comunicação clara, direta e pessoal.

A comunicação deve ser tempestiva e frequente. O silêncio pode parecer descaso, tanto para o público interno quanto para o externo. Portanto, ambos devem ser informados para que tenham a segurança de que a Entidade está tomando as providências necessárias sobre o assunto em pauta.





### Relacionamento com a mídia

O comitê de crise deve pensar como a mídia, avaliando, investigando e antecipando os diferentes vieses que podem ser abordados pelos veículos de comunicação.

A comunicação deve ser centralizada na figura do porta-voz, a fim de minimizar informações desencontradas. O porta-voz deverá ser orientado com as informações pertinentes à crise e treinado para falar sobre eventuais abordagens da mídia a respeito do assunto em pauta.

O comitê de crise será responsável pela elaboração das mensagens chave, as quais devem incluir informações sobre o que aconteceu, o que a organização está fazendo e que providências tomará.

O relacionamento com a mídia deve ser transparente, seguro e ético, o que amplia as chances de amenizar os males da crise. Administrar adequadamente a versão que a mídia irá divulgar ajuda a mitigar os riscos à imagem da instituição. Quanto mais a Entidade puder participar da apuração da notícia, melhor para sua imagem. Fornecer respostas verdadeiras e esclarecedoras depõe a favor da instituição. Estar receptivo em um momento de crise é o melhor que se deve fazer.

### Pós-crise

O pós-crise deverá ser avaliado pelo Comitê, com a análise das lições aprendidas, recuperação da imagem e a estratégia de converter a crise em oportunidade de retomada e crescimento.

É importante, neste momento de análise, verificar como foi o desempenho da Entidade durante a crise, como administrou as situações, que pontos devem ser melhorados, que aspectos do relacionamento com os públicos devem ser revistos.

Em seguida, recomenda-se a estruturação de ações de comunicação com o objetivo de reparar os danos à reputação, reconquistar espaço e reposicionar produtos e serviços. Considerando que todas as organizações são passíveis de cometer erros, aquelas que são capazes de assumir suas falhas, consertar os erros e surpreender favoravelmente seus públicos usufruirão de um respeito maior, pois serão reconhecidas como confiáveis nos momentos adversos.

### Resumo

Diante de uma crise de imagem na Fundação CEEE, o Comitê de Crise deverá adotar os seguintes procedimentos:

- Gerenciar as ações para minimizar os impactos da crise.
- Defender a imagem da Fundação CEEE.
- Selecionar informações qualificadas.





- Unificar o discurso oficial.
- Garantir a máxima efetividade do processo de comunicação.
- Reverter o processo de propagação de informações não oficiais, distorcidas e riscos à imagem institucional.
- Propor ações para recuperar a imagem institucional.

## 14. EMBASAMENTO TÉCNICO

Guia de Referência: Política de Comunicação da ABRAPP.

Manual de Gestão de Crise e Imagem da ABRAPP.

Política de Comunicação da Fundação CESP.

Política de Comunicação FUNPRESP JUD.

Forni, João José. Gestão de crise e comunicação.

Mafei, Maristela e Cecato, Valdete, Comunicação corporativa: Gestão, imagem e posicionamento.

*Esta Política de Comunicação foi desenvolvida pela Gerência de Relações Corporativas da Fundação CEEE. O documento será revisto e atualizado anualmente.*



# POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO



**FUNDAÇÃO CEEE**  
PREVIDÊNCIA PRIVADA