



Política de Comunicação

Maio de 2023

SUMÁRIO

1. OBJETIVO	4
2. ABRANGÊNCIA	4
3. DEFINIÇÕES	4
4. RESPONSABILIDADES	5
4.1 Membros do Conselho Deliberativo	5
4.2 Membros da Diretoria Executiva	5
4.3 Diretor Presidente ou Dirigente designado	5
4.4 Coordenadoria de Comunicação e Eventos	5
4.5 Comitê de Crise e Imagem	6
4.6 Demais membros do Quadro Corporativo	6
5. PRINCÍPIOS	6
6. PREMISSAS	7
6.1 Gestão da Comunicação	7
6.2 Comunicação Institucional e Mercadológica	7
6.2.1 <i>Comunicação Institucional</i>	7
6.2.2 <i>Comunicação Mercadológica</i>	8
6.3 Comunicação com Partes Interessadas	8
6.3.1 <i>Público-alvo</i>	8

6.4	Relacionamento com a Imprensa/Mídia	9
6.5	Meios e Instrumentos de Comunicação	9
6.5.1	<i>Meios de comunicação por público-alvo</i>	10
6.5.2	<i>Instrumentos de comunicação</i>	10
6.6	Programa de Educação Previdenciária, Financeira e para Saúde (Papo Certo)	10
6.7	Gestão de Crise e Imagem	11
6.8	Gestão de Consequências	11
7.	DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA	11
8.	NOTAS EXPLICATIVAS	12
9.	APROVAÇÃO E VIGÊNCIA	12
10.	ANEXOS	12
11.	CONTROLE DE VERSÃO	12

1. OBJETIVO

Estabelecer diretrizes para promover uma comunicação integrada entre a Fundação Libertas e suas Partes Interessadas, de forma proativa em uma comunicação clara, tempestiva e transparente, pautada nas diretrizes do Planejamento Estratégico e do Código de Conduta e Ética da Fundação.

2. ABRANGÊNCIA

As diretrizes estabelecidas neste documento devem ser observadas por todos os membros do quadro corporativo da Fundação Libertas, além de todas as Partes Interessadas.

3. DEFINIÇÕES

- a. Meios de Comunicações: recursos, técnicas, processos e produtos para a veiculação de informações.
- b. Público-alvo: segmento específico das partes interessadas com determinadas características em comum (idade, sexo, plano, status) ao qual se dirige uma mensagem ou um conjunto de mensagens.
- c. Quadro Corporativo: compreende ao Conselho Deliberativo, Conselho Fiscal, Diretoria Executiva, empregados, estagiários e terceirizados.
- d. Parte Interessada: pessoa ou organização que pode afetar, ser afetada, ou perceber-se afetada por uma decisão ou atividade, tais como participantes (ativos e assistidos) e seu grupo familiar, beneficiários e seus dependentes, patrocinadores, instituidores, dirigentes e conselheiros, empregados, agentes de fiscalização e regulação, órgãos públicos e privados, e prestadores de serviço.
- e. Relatório de atividades: documento elaborado para as Partes Interessadas com informações sobre o desempenho da Fundação e dos planos administrados.

- f. Risco de imagem: é a possibilidade de ocorrência de perdas de credibilidade e ocasionadas à imagem e reputação da Fundação Libertas junto às Partes Interessadas.

4. RESPONSABILIDADES

4.1 Membros do Conselho Deliberativo

- a. aprovar, observar e fazer cumprir esta Política que contempla os princípios básicos, diretrizes e responsabilidades do processo de Comunicação da Fundação Libertas.

4.2 Membros da Diretoria Executiva

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

4.3 Diretor Presidente ou Dirigente designado

- a. responder pela Fundação Libertas nos casos de questionamentos por parte de órgãos de imprensa ou veículos de comunicação.

4.4 Coordenadoria de Comunicação e Eventos

- a. realizar a gestão da comunicação estratégica e integrada da Fundação, promovendo constantemente a Libertas aos seus diversos públicos, de forma a contribuir para o entendimento em relação à entidade e seus planos previdências e assistenciais;
- b. implementar esta Política e atuar nos seus desdobramentos e na divulgação permanente e sistemática do seu conteúdo às Partes Interessadas;
- c. apoiar o diretor-presidente e as pessoas designadas para responder pela Fundação Libertas nos casos de questionamentos por parte de órgãos de imprensa ou veículos de comunicação;
e

- d. utilizar os meios de comunicação e instrumentos adequados aos públicos da Fundação.

4.5 Comitê de Crise e Imagem

- a. gerir ações e administrar a repercussão da crise para mitigar os riscos de imagem da Fundação.

4.6 Demais membros do Quadro Corporativo

- a. zelar pela boa imagem da Fundação Libertas, inclusive nas mídias e redes sociais, e cuidar para que os processos de comunicação se realizem conforme os objetivos institucionais.

5. PRINCÍPIOS

Os princípios norteadores desta Política estão diretamente ligados à missão, visão e valores da Fundação Libertas. Todos aqueles sujeitos às diretrizes estabelecidas nesta Política devem observar e fazer com que sejam observados, os seguintes princípios básicos:

- a. **Ética e Responsabilidade:** observar os preceitos éticos e responsabilizar-se pelos atos e naquilo que nos é confiado, garantindo uma comunicação que não seja enganosa ou abusiva, promovendo uma comunicação com diligência e responsabilidade, observando o cumprimento dos normativos de órgãos reguladores e fiscalizadores;
- b. **Relacionamento e Respeito:** respeitar todas as Partes Interessadas, através do relacionamento justo e isonômico, considerando seus direitos, deveres, necessidades, interesses e expectativas; e
- c. **Transparência e Integridade:** empregar linguagem clara e acessível a cada público, com assertividade, tempestividade, regularidade, confiabilidade e segurança.

6. PREMISSAS

6.1 Gestão da Comunicação

Os processos de comunicação da Fundação serão conduzidos pela Coordenadoria de Comunicação e Eventos. Esta, para assumir e cumprir suas responsabilidades com eficácia e eficiência, deverá ser organizada e estruturada com corpo técnico capacitado para a consecução dos objetivos estabelecidos nesta Política, utilizando as ferramentas disponíveis e com o apoio de parceiros externos para o fornecimento de produtos e serviços.

Nos termos da legislação em vigor, a Fundação Libertas reserva-se no direito de manter a confidencialidade dos assuntos que considera estratégicos e dos dados pessoais, respeitando as exigências legais aplicáveis à comunicação, em especial a regulamentação aplicável à Fundação.

6.2 Comunicação Institucional e Mercadológica

A Fundação deve trabalhar na construção e fortalecimento da sua reputação e imagem, por meio de boas práticas de governança, comunicação transparente e relacionamento de confiança com as Partes Interessadas.

As ações de comunicação deverão zelar pela imagem institucional, produtos e serviços da Fundação e serão definidas de acordo com os princípios e as diretrizes constantes desta Política de Comunicação, a partir de um planejamento da Coordenadoria de Comunicação e Eventos.

6.2.1 Comunicação Institucional

A Comunicação Institucional deve fortalecer e zelar pela imagem da organização, propiciando maior visibilidade e integração à cultura da entidade junto aos seus públicos. Neste sentido, é importante que sejam trabalhados temas relacionados à governança, riscos, recursos humanos, planejamento estratégico e tecnologia. As ações e projetos são definidos anualmente por meio do Planejamento Estratégico e em conjunto com as áreas de negócio.

6.2.2 Comunicação Mercadológica

A Comunicação Mercadológica deve promover os produtos e serviços ofertados pela Fundação de forma clara, informativa, objetiva e, quando couber, comercial, para suas partes interessadas. Observando-se, para este segmento, o uso das submarcas “Libertas Previdência” e “Libertas Saúde”.

6.3 Comunicação com Partes Interessadas

A comunicação com as Partes Interessadas da Fundação Libertas deve considerar a inter-relação entre os públicos-alvo, os tipos de comunicação e as ações estratégicas, com a finalidade de atender a missão, visão, valores e objetivos institucionais.

A comunicação interna da Fundação Libertas tem o papel de apontar e fazer circular as diretrizes estratégicas e os fluxos processuais, fomentando a integração e a sinergia entre as unidades organizacionais e o seu engajamento nas estratégias institucionais e na melhoria dos processos.

A comunicação externa da Fundação Libertas visa promover, no ambiente externo, a imagem institucional e dos planos administrados pela Fundação.

6.3.1 Público-alvo

Classificam-se como públicos-alvo os seguintes segmentos das Partes Interessadas:

- a. Participantes dos planos de previdência;
- b. Assistidos dos planos de previdência;
- c. Beneficiários dos planos assistenciais;
- d. Participantes e beneficiários em potencial;

- e. Colaboradores;
- f. Patrocinadoras;
- g. Instituidores; e
- h. Sociedade;

6.4 Relacionamento com a Imprensa/Mídia

A comunicação da Fundação Libertas pautar-se-á pela busca da unidade, de modo que o discurso institucional se apresente íntegro e coerente, favorecendo um entendimento único pelos distintos públicos de interesse.

Assim, para fins de alinhamento de mensagem e posicionamento institucionais, o diretor-presidente e as pessoas designadas por este, são as únicas pessoas autorizadas a falar em público em nome da Fundação Libertas, em qualquer relacionamento com órgãos de imprensa ou veículos de comunicação.

A Fundação Libertas poderá contratar os serviços de Assessoria de Imprensa, para fins de disseminação de seus objetivos, ações e demais conteúdos de interesse institucional.

6.5 Meios e Instrumentos de Comunicação

Os canais e instrumentos de comunicação da Fundação Libertas possuem o intuito de promover um ambiente em que a informação possa trafegar de forma eficiente para as Partes Interessadas da Fundação.

Dessa forma, as informações serão disponibilizadas através dos instrumentos de comunicação adequados às necessidades, expectativas, e ao perfil de cada público-alvo da Fundação.

6.5.1 Meios de comunicação por público-alvo

- a. Website: destina-se a todos os públicos-alvo por conter informações públicas institucionais, de produtos e, na área logada, informações individuais para os participantes.
- b. E-mail marketing: destina-se aos participantes presentes na base de dados da Fundação, cuja autorização foi cedida em conformidade com os termos da Lei Geral de Proteção de Dados.
- c. Mídias sociais (YouTube, LinkedIn, Instagram e Yammer): destina-se a todos os públicos-alvo, ora com enfoque educativo, ora institucional, ora comercial.
- d. Correspondência (envio de mala direta e cartas): destina-se aos participantes e beneficiários presentes na base de dados da Fundação, cuja autorização foi cedida em conformidade com os termos da Lei Geral de Proteção de Dados.

As ações e projetos são definidos anualmente por meio do Planejamento Estratégico e plano de comunicação.

6.5.2 Instrumentos de comunicação

- a. Relatório Anual de Informação: arquivo digital navegável, disponibilizado anualmente, conforme legislação vigente, via website com objetivo de prestar contas da atuação dos agentes de governança de modo claro, conciso, compreensível e tempestivo.
- b. Newsletter “Fique Sabendo”: informativo digital, disponibilizado mensalmente, via e-mail marketing para toda a base de participantes, com objetivo de divulgar as principais notícias e informações da Fundação no período.

6.6 Programa de Educação Previdenciária, Financeira e para Saúde (Papo Certo)

O Programa consiste em um conjunto de iniciativas voltadas para a educação previdenciária, financeira e para a saúde, com o objetivo de contribuir para a ampliação do conhecimento e

promover uma tomada de decisão mais consciente em assuntos relacionados a dinheiro, previdência, investimentos, saúde e bem-estar. Suas ações e projetos estratégicos são conduzidos pela Comunicação e definidos anualmente por meio de cronograma estabelecido em parceria com as áreas técnicas da Fundação.

As iniciativas são voltadas para público diverso, e em alguns casos, segmentadas por tipo de público. Atuamos, em geral, com a divulgação via newsletter, redes sociais (Instagram, Facebook, LinkedIn e YouTube) e por meio de parceria nos canais das nossas patrocinadoras.

6.7 Gestão de Crise e Imagem

A Fundação Libertas adotará medidas com o objetivo de antecipar, prevenir e minimizar situações que podem se transformar em ameaças à reputação da Fundação.

Nos casos em que a gravidade do fato exigir e assim deliberar o diretor-presidente, será constituído Comitê de Crise e Imagem para gerir as ações correspondentes, de caráter multidisciplinar e formado por profissionais da Fundação, com participação da Diretoria Executiva e um representante do Conselho Deliberativo.

6.8 Gestão de Consequências

Integrantes do quadro corporativo ou outros membros das Partes Interessadas, que observarem quaisquer desvios às diretrizes desta Política, deverão relatar o fato através do Canal de Denúncias, podendo ou não se identificar.

O descumprimento das diretrizes desta Política enseja a aplicação de medidas de responsabilização dos agentes que a descumprirem, conforme a respectiva gravidade do descumprimento.

7. DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA

- a. Estatuto da Fundação Libertas;

- b. Código de Conduta e Ética;
- c. Política de Governança Corporativa;
- d. Resolução CNPC nº 32, de 4 de dezembro de 2019; e
- e. Plano de Comunicação da Fundação Libertas.

8. NOTAS EXPLICATIVAS

Não aplicável.

9. APROVAÇÃO E VIGÊNCIA

Esta norma entra em vigor a partir da data de sua aprovação, revogadas todas as disposições em contrário.

10. ANEXOS

Não aplicável.

11. CONTROLE DE VERSÃO

VERSÃO	APROVAÇÃO	DATA	ALTERAÇÃO
000	DREX 658 ^a	12/03/2019	Criação do Documento
001	CODE 481 ^a	17/12/2020	Revisão do normativo a luz a Resolução CNPC nº 32/2019.

Conteúdo revisado e validado em
novembro de 2021.

002

CODE 541^a

18/05/2023

Atualização do Documento

Conteúdo revisado e validado em
janeiro de 2024.
