



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
<i>6.5.1</i>	<i>Meios de comunicação por público-alvo</i>	10
<i>6.5.2</i>	<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

Sugestão: 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 previdenciais 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
