



# POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

*Normas para orientar o relacionamento da entidade com seus públicos internos e externos, bem como auxiliar na gestão de crises.*

**E-INVEST**  
By PREVICRISSON

## ÍNDICE

<b>PARTE I – FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>3</b>
1. Missão.....	3
2. Visão.....	3
3. Valores .....	3
4. Objetivos.....	3
5. Públicos.....	4
<b>PARTE II – COMPORTAMENTO.....</b>	<b>4</b>
6. Comportamento dos Colaboradores.....	4
7. Comportamento dos líderes.....	4
<b>PARTE III – GESTÃO DE MARCA E CONTEÚDO.....</b>	<b>5</b>
8. Marca E-Invest by Previ-Ericsson.....	5
9. Gestão de conteúdo.....	6
<b>PARTE IV - RELACIONAMENTO.....</b>	<b>6</b>
10. Colaboradores.....	6
11. Parceiros de negócio.....	7
<b>PARTE V - GESTÃO DE CRISE.....</b>	<b>7</b>
12. Confiança.....	7
13. Antes da crise: Como estar preparado.....	8
14. Na crise: Comitê de crise.....	8
15. Pós crise: Aprendizados.....	9
<b>PARTE VI - Conclusão.....</b>	<b>9</b>
<b>Referência.....</b>	<b>10</b>

# PARTE I – FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO

## 1. Missão

Garantir aos Participantes e Patrocinadoras uma gestão profissional, ética e tecnicamente atualizada na administração dos Planos de Previdência. Para isso, é necessário estabelecer padrões de comunicação da E-Invest by Previ-Ericsson com seus públicos, fortalecendo o diálogo e relacionamento com todos.

## 2. Visão

Ser reconhecida pelos Participantes, Patrocinadoras e pelo mercado com uma alternativa competitiva, quando comparada com os Planos de Previdência Complementar listados como os melhores do mercado brasileiro, inclusive no quesito eficiência e transparência na administração dos Planos de Previdência.

## 3. Valores

- Profissionalismo
- Respeito
- Perseverança
- Transparência
- Agilidade
- Clareza
- Credibilidade

## 4. Objetivos

- Fortalecer o diálogo e o relacionamento da Entidade com seus públicos estratégicos;
- Dar mais visibilidade às ações e estratégias criadas pela E-Invest by Previ-Ericsson, tornando-as acessíveis a todos assistidos, beneficiários, empregados, participantes, patrocinadoras, parceiros de negócio e outros colaboradores;
- Tornar-se referência de comunicação clara e transparente entre as Entidades Fechadas de Previdência Complementar;
- Ampliar o alcance das informações sobre responsabilidade social, empresarial e sustentabilidade;
- Fortalecer parcerias com os veículos de comunicação;
- Trabalhar de forma integrada com a equipe, visando potencializar os resultados da comunicação.

## 5. Públicos

Colaboradores e líderes da E-Invest by Previ-Ericsson, participantes, aposentados e demais dependentes familiares, além dos Conselhos Fiscal e Deliberativo, parceiros de negócio, a imprensa e o governo.

# PARTE II – COMPORTAMENTO

## 6. Comportamento dos Colaboradores

No dia a dia, os colaboradores atuam como agentes de divulgação da E-Invest by Previ-Ericsson, estejam eles dentro ou fora da Entidade. Sendo assim, é importante:

- Conhecer a missão, visão e valores da Entidade.
- Entender e aplicar as orientações recebidas no processo de integração à Entidade.
- Identificar oportunidades de divulgação dos planos e encaminhar suas ideias à Área de Comunicação.
- Participar das reuniões, fóruns e demais eventos da E-Invest by Previ-Ericsson, sempre praticando os valores estabelecidos nesse documento.

## 7. Comportamento dos líderes

Todos os agentes que fazem parte da E-Invest by Previ-Ericsson devem, diariamente:

- Promover um ambiente saudável de livre circulação de informações entre todos os colaboradores, sempre respeitando a ética e política da Entidade.
- Garantir que os colaboradores estejam bem informados do que acontece na Entidade.
- Estimular os colaboradores a trazer suas opiniões e contribuições sobre a Entidade, em reuniões, fóruns e eventos.
- Prezar pela confidencialidade de informações exclusivas.
- Compartilhar as decisões tomadas nas reuniões executivas com a equipe de colaboradores.
- Ser o exemplo de um líder que promove o respeito entre as pessoas, com atitudes íntegras e coerentes.

## PARTE III – GESTÃO DE MARCA E CONTEÚDO

### 8. Marca E-Invest by Previ-Ericsson

Assim como os colaboradores são promotores da E-Invest by Previ-Ericsson no dia a dia de trabalho, a marca tem o mesmo papel na representação da Entidade nos canais midiáticos. Por isso, é fundamental zelar para que os princípios da Entidade sejam mantidos e respeitados nas divulgações em quaisquer canais de mídia — redes sociais, blogs, site oficial, além de portais de notícia, jornais, programas de TV e demais veículos da imprensa.

Igualmente, é essencial preservar pela identidade visual e verbal da marca E-Invest by Previ-Ericsson, na divulgação de seus materiais, seja para os participantes ou para o público externo. Para que todas as áreas da Entidade, bem como as empresas de comunicação que trabalham junto à Entidade, possam zelar pela aplicação correta da marca, desenvolvemos um manual de identidade: **CONFIRA AQUI**.

É responsabilidade da Área de Comunicação da E-Invest by Previ-Ericsson orientar, avaliar e aprovar a aplicação da marca em peças de comunicação, sejam elas produzidas pela empresa parceira da Entidade, ou por demais parceiros de negócio.

Da mesma maneira, cabe a área de comunicação, avaliar e aprovar a criação de campanhas, ações e demais atividades desenvolvidas em conjunto com a empresa de publicidade parceira da E-Invest by Previ-Ericsson.

Empresas não associadas não podem utilizar a marca da E-Invest by Previ-Ericsson em qualquer material de comunicação, seja para divulgação na imprensa ou em outras peças publicitárias. Caso haja necessidade, a empresa precisa estabelecer uma parceria com a Entidade, como no caso de eventos e publicações, mas sempre com aprovação antecipada.

#### **Em resumo, a gestão de marca da Entidade deve:**

- Manter o mesmo padrão estético para as ações comunicativas e peças institucionais;
- Criar recursos de publicidade que divulguem com clareza, a todos os públicos, as ações desenvolvidas na Entidade;
- Divulgar os diferentes produtos ofertados, alinhado com missão, visão e valores da Entidade;
- Seguir uma identidade visual e verbal padrão em todos os canais de comunicação.

## 9. Gestão de conteúdo

Os cuidados com a promoção da E-Invest by Previ-Ericsson nos diversos veículos de comunicação também devem ser aplicados ao conteúdo. Sendo assim, conceitos definidos para atuarem junto à logomarca e identidade visual, fazem parte do conjunto de peças que garantem a integridade e promovem a divulgação correta da Entidade aos diversos públicos.

É fundamental que a Área de Comunicação trabalhe em conjunto com as empresas parceiras de publicidade e comunicação, para conservar os conceitos, títulos e conteúdos desenvolvidos para promover a imagem da E-Invest by Previ-Ericsson nos canais de mídia. Essa área também fica responsável por avaliar, orientar, aprovar todo e qualquer conteúdo desenvolvido pela empresa de comunicação parceira.

### **Em resumo, a gestão de conteúdo deve:**

- Gerenciar todo e qualquer conteúdo promovido pela E-Invest by Previ-Ericsson, desde a criação até a finalização dos materiais;
- Implementar ferramentas que possam ser facilmente utilizadas e acessadas tanto pelos colaboradores, como pelo público externo, para informar-se sobre as comunicações e questões institucionais da Entidade;
- Promover uma relação de colaboração e parceria com a empresa de comunicação parceira responsável pela criação dos materiais publicitários da E-Invest by Previ-Ericsson;
- Disponibilizar materiais de apoio e dar orientações ao longo do desenvolvimento das campanhas, ações, eventos e demais comunicações da Entidade.

## PARTE IV - RELACIONAMENTO

### 10. Colaboradores

Respeito, transparência e profissionalismo são atributos que devem guiar a relação entre os colaboradores da E-Invest by Previ-Ericsson. É importante que todos estejam alinhados com os valores da Entidade, e possam atuar em acordo no dia a dia de trabalho.

É importante que os colaboradores sejam informados sobre as decisões tomadas pela Diretoria e Conselhos. Da mesma maneira, campanhas, eventos, questões institucionais e demais ações de comunicação interna, devem ser compartilhadas

com todos por meio de canais como site oficial da Entidade, email marketing e demais canais internos.

Os colaboradores devem manter a integridade na sua atuação digital, evitando endereçar questões pessoais, bem como divulgar publicamente informações privadas da E-Invest by Previ-Ericsson. Todos devem manter o sigilo e respeitar os protocolos de segurança da Entidade.

## 11. Parceiros de Negócio

O relacionamento com os parceiros de negócio da E-Invest by Previ-Ericsson também deve ser de respeito, transparência e profissionalismo. A Entidade deve promover um diálogo que incentive a colaboração entre os diversos agentes que atuam na construção da comunicação da Entidade.

É responsabilidade da Área de Comunicação da E-Invest by Previ-Ericsson autorizar, aprovar e orientar o uso da marca, conservando a integridade da identidade visual e verbal, nos diversos materiais publicitários e midiáticos, bem como dar apoio institucional à promoção de eventos realizados e/ou publicações.

## PARTE V - GESTÃO DE CRISE

Um dos principais desafios da comunicação nas instituições está em saber lidar com crises. Em situações que a Entidade tem sua reputação colocada à prova, manter-se íntegro em relação à missão, visão e valores da Entidade, se torna essencial para comunicar-se com os públicos internos e externos.

Para evitar que a situação de crise se agrave ainda mais, e proteger a imagem de excelência da Entidade, é importante estar preparado. Por isso, trazemos aqui alguns caminhos que possam guiar tanto a Área de Comunicação da E-Invest by Previ-Ericsson, quanto os parceiros de negócios na gestão de crise.

## 12. Confiança

Construir boas relações é um trabalho longo e difícil, que exige tempo. Mas, com uma notícia ou publicação negativa em alguma rede social, é possível quebrar essa confiança em questão de segundos.

Sendo assim, o atributo confiança é fundamental para assegurar que os participantes que estão confiando seus recursos a uma Entidade séria e responsável, que mantém seus valores e preza pela integridade de todos.

O mesmo vale para os colaboradores que atuam na Entidade, bem como para o público externo que recebe as comunicações da Entidade nas mídias.

Além disso, o setor de previdência complementar desenvolve relações de longo prazo com seus participantes. E por lidar diretamente com o patrimônio financeiro das pessoas, necessita de um cuidado ainda maior em relação à sua imagem e reputação. Por esse motivo, é preciso não só construir relações de confiança como reforçar esse compromisso com cada um dos públicos ao longo do tempo.

### 13. Antes da crise: Como estar preparado

A melhor maneira de se preparar para evitar ou gerenciar possíveis crises, é construir uma excelente reputação, com alicerces sólidos fundamentados em boas práticas de governança, transparência e relacionamento. Quanto mais a Entidade estiver alinhada com a legislação e as normas vigentes no segmento de previdência complementar, menos vulnerável estará a crises inesperadas.

Portanto, construir e fortalecer a reputação e a imagem da Entidade significa atuar com transparência em todos os setores internos da Entidade. Esse processo inicia dentro da própria Entidade, com o relacionamento entre líderes e colaboradores.

A gestão de crise também passa pela identificação de potenciais situações que podem desencadear rupturas na reputação da Entidade. Sendo assim, é aconselhável que haja uma área para mapear e avaliar os processos, identificando os pontos que podem desencadear uma crise.

Ao projetar cenários favoráveis e desfavoráveis, é possível traçar perspectivas de desenvolvimento para todos da Entidade, e com isso evitar que situações desconfortáveis ocorram e prejudiquem a imagem da E-Invest by Previ-Ericsson com seus públicos.

### 14. Na crise: Comitê de crise

Caso uma crise venha a acontecer, é interessante instalar um Comitê de Crise, formado por integrantes de cada área da E-Invest by Previ-Ericsson, desde a comunicação até gestores. A participação dessas pessoas é fundamental para analisar medidas preventivas e planejar ações que possam lidar com a crise da melhor maneira possível.

Quando necessário o grupo deve definir estratégias e desenvolver mensagens integradas aos valores da E-Invest by Previ-Ericsson. Essa equipe também deve optar os veículos de comunicação adequados para divulgar essa mensagem, bem como planejar o momento certo de informá-la aos públicos.



Com este Comitê atuando, os participantes e demais colaboradores internos da E-Invest by Previ-Ericsson ficam mais tranquilos ao saberem que a situação está sob controle. É recomendado que os participantes, assistidos e patrocinadores estejam cientes do que aconteceu, e como a Entidade está lidando com o tema.

A liderança do Comitê de Crise deve ficar a cargo de um profissional da Entidade com autoridade e autonomia para tomar decisões sobre conteúdo de comunicados e textos a serem divulgados, bem como, delegar atribuições, estabelecer metas e prazos de ações e orientar o fechamento de contratos com assessorias terceirizadas.

## 15. Pós crise: Aprendizados

Passado o momento de crise e resolvida a questão, é importante fazer uma avaliação criteriosa do que foi realizado e do que pode ser melhorado para uma próxima vez. Esse passo é fundamental para preparar a equipe e toda a Entidade para enfrentar eventuais crises no futuro.

O Comitê de Crise assume o papel de realizar essa avaliação interna, fazendo um levantamento das ações realizadas, observando os pontos positivos e negativos, inclusive realizando, se necessário, pesquisa com os públicos da E-Invest by Previ-Ericsson, afim de que essa pesquisa mostre o quanto a reputação da Entidade foi afetada pela crise, e como está a percepção dos participantes após terem passado por isso.

A partir dessas informações, é possível trabalhar na recuperação da imagem da Entidade, reestruturando rotinas, processos, direcionando ações de comunicação que retomam e reforçam a confiança do público na E-Invest by Previ-Ericsson. É necessário fortalecer a resiliência e para isso é necessário um bom planejamento de comunicação.

## PARTE VI - Conclusão

A atuação da E-Invest by Previ-Ericsson no segmento de Previdência Complementar está sempre de acordo com as normas e legislações vigentes.

Este material de Política de Comunicação foi desenvolvido com o objetivo de auxiliar a E-Invest by Previ-Ericsson na comunicação com seus colaboradores, participantes e assistidos, e parceiros de negócio. Trata-se de um documento que serve como guia, para ser consultado em caso de dúvidas ou necessidades.

Neste conteúdo, ressaltamos a importância da Área de Comunicação da E-Invest by Previ-Ericsson em manter uma boa relação com todas as partes envolvidas no crescimento e sucesso da Entidade. Aqui também foram traçadas estratégias de boas práticas para lidar com a divulgação dos produtos e questões institucionais, tanto para o público interno como para as pessoas em geral.

O documento também fornece informações sobre como a Entidade deve agir caso ocorra alguma situação que afete a sua reputação. Crises podem acontecer quando menos se espera, portanto, este documento ajuda a equipe da E-Invest by Previ-Ericsson a estar mais preparada para lidar com possíveis eventualidades.

A comunicação é inerente e necessária a todos os seres humanos. Por isso, os processos realizados para promovê-la com clareza, transparência e profissionalismo, devem ser reforçados e valorizados dentro e fora da Entidade. É responsabilidade de todos estar alinhados com os objetivos da Entidade e seguir a política, para promover maior interação entre os colaboradores diretos e indiretos.

## Referências

**Instituto Ethos. Política de Comunicação. Disponível em:**

[<Política de Comunicação>](#)

**Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar. Política de Comunicação nas Entidades Fechadas de Previdência Complementar. Disponível em:** [<Política de comunicação\\_>](#)

**Secretaria Especial de Previdência e Trabalho. Legislação Previdência Complementar. Disponível em:** [<Legislação Previdência Complementar>](#)

**E-Invest by Previ-Ericsson. Quem Somos. Disponível em:** [<Quem Somos>](#)

**Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar. Manual De Gestão De Crise e Imagem. Disponível em:** [<Normas >](#)

# Política de Comunicação

Av. Nicolas Boer, 399 - 11º andar - sala 11  
Torre Corporate Time - Cond. Jardim das  
Perdizes · São Paulo/ SP · CEP 01140-060