

Política de

[comunicação]

Forluz

Índice

Apresentação	4
Missão da Forluz	5
Condições para aplicação deste documento	6
Objetivos da Política de Comunicação	7
Diretrizes da Política de Comunicação	8
Risco de Imagem	9
Identidade, Marca	10
Públicos	12
Visão da Comunicação	13
Atribuições da Assessoria de Comunicação	14
Cuidados essenciais	16
Ferramentas para a Consolidação da Estratégia de Comunicação	17
Meios de Comunicação Formais	21
Comunicação Informal	22

Apresentação

Este documento visa definir os processos de comunicação internos e externos da Forluz, buscando, através de orientações e recomendações, promover o gerenciamento do relacionamento da Entidade com seus públicos relevantes (participantes, patrocinadoras, empregados, órgãos reguladores, a mídia e outros).

As informações apresentadas neste documento devem ser norteadoras para as ações de comunicação da Entidade, a fim de que a imagem da Forluz seja reconhecida por todos os seus públicos, uma vez que ela é o verdadeiro sustentáculo de nosso negócio.

Missão da Forluz

A missão da Forluz é contribuir para que todos os seus participantes tenham o direito a uma existência digna, segura e com qualidade de vida, contando com planos de complementação de aposentadoria e de saúde equilibrados econômica e atuarialmente, adequados às suas necessidades e coerentes com os objetivos das patrocinadoras em relação à Fundação.

A missão da Comunicação é administrar mensagens e canais de comunicação, a fim de construir relacionamentos efetivos com os públicos relevantes.

Condições para aplicação deste documento:

- A comunicação deve ser uma ferramenta estratégica de gestão, considerada fundamental pela cultura organizacional e de responsabilidade de todos;
- Subordinação hierárquica da função comunicação aos níveis superiores de direção;
- Organização adequada da comunicação, com investimentos em estrutura e pessoal qualificado;
- Equilíbrio entre a comunicação interna e a externa;
- Compartilhamento de informações nos diversos níveis organizacionais;
- O trabalho da comunicação deve ser assumido como estratégico pelos dirigentes, ser feito por profissional especializado para a tarefa a ser executada e ter periodicidade adequada;
- A comunicação deve ser ética e honesta;
- A comunicação deve ser sempre trabalhada de forma integrada.

Objetivos da Política de Comunicação

- Abrir canais de comunicação com os diversos públicos e mantê-los desobstruídos.
- Planejar estrategicamente a comunicação na Forluz e administrar o relacionamento com seus públicos internos e externos.
- Incentivar, motivar e valorizar os empregados, desenvolvendo trabalhos em conjunto com a área de Recursos Humanos, mantendo elevado o nível de satisfação.
- Promover e valorizar a imagem institucional da Fundação.
- Conferir à Fundação uma situação de destaque que a diferencie positivamente de outras Entidades de Previdência Complementar.
- Fazer da Fundação um modelo e uma referência positiva.
- Dar visibilidade à qualidade dos serviços prestados pela Forluz.
- Ajudar a manter elevado o nível de satisfação dos participantes.
- Uniformizar os procedimentos de comunicação, de tal forma que criem um padrão de relacionamento reconhecido e valorizado nas áreas de atuação da Forluz.

Diretrizes da Política de Comunicação

A Forluz levará a seus participantes, como parte de seus serviços, informações sobre planos previdenciários, planos de saúde, investimentos e informações que forem identificadas como importantes na relação com a Fundação. A Forluz se compromete, ainda:

- A manter um relacionamento pró-ativo, transparente, ético, de credibilidade e de parcerias com todos os públicos.
- A padronizar os instrumentos de comunicação.
- A integrar as ações de comunicação interna e externa.
- A manter sistema permanente de avaliação da imagem da Fundação, das ações empreendidas por ela e da satisfação dos participantes com os serviços que lhes são prestados.
- A fortalecer e consolidar sua imagem, man-

tendo canais adequados de comunicação com públicos previamente identificados e priorizados.

- A divulgar todas as ações e serviços para os públicos de interesse.

Risco de imagem

Se há correspondência entre aquilo que a Entidade diz e prega ser e aquilo que as pessoas percebem dela (o conceito), a imagem institucional está no caminho certo para se resguardar dos riscos de imagem.

A fim de zelar por essa imagem, alguns controles foram estabelecidos e devem ser observados por todos os empregados da Fundação:

- **Governança corporativa:** deve haver o máximo de transparência no relacionamento da Entidade com seus públicos relevantes (empregados, participantes ativos e assistidos, patrocinadoras, imprensa e outros);

- **Desenvolvimento de cultura interna:** é responsabilidade de todos os setores da Entidade, com o apoio da Assessoria de Comunicação, o desenvolvimento de cultura interna, enfatizando a importância dos sistemas de controles, visando organizar e monitorar um fluxo de informações reais e corretas sobre a Entidade;

- **Divulgação de informações sobre os planos previdenciários e de saúde:** o Estatuto, os regulamentos dos planos e suas alterações, os resultados financeiros e atuariais, e a política de investimentos devem ser divulgadas às patrocinadoras, aos participantes e empregados, através dos meios de comunicação disponíveis;

- **Adequação da linguagem e transparência:** a comunicação com os participantes deve ser em linguagem clara e acessível.

Identidade, Marca

A identidade é o conjunto de características pelas quais a Entidade é reconhecida. A imagem é o conceito resultante de todas as experiências, impressões, posições e sentimentos que as pessoas têm em relação à Fundação. Nesse contexto, o papel da Assessoria de Comunicação, apoiada pelos outros setores, é cuidar para que exista estreita correspondência entre a identidade da Forluz e o que se diz sobre ela, interna e externamente.

Diante disso, a Assessoria de Comunicação deve manter-se atenta à importância de desenvolver ações que levem os públicos interno e externo a identificar na Forluz as seguintes características:

- Entidade prestadora de serviços de qualidade;
- Entidade com atendimento ágil, moderna e próxima de seus participantes;
- Entidade com quadro funcional qualificado e comprometido com os seus públicos;

- Entidade permanentemente preocupada em adequar suas ações às necessidades dos seus participantes.

MARCA

O nome Forluz é um patrimônio da Fundação, cujo valor é incalculável. Esse valor é transferido para a marca, que, por representar a Fundação, deve ser tratada com o mesmo cuidado dispensado à imagem da Entidade.

FORLUZ

Fundação Forluminas de Seguridade Social

LOGOMARCAS

O uso da logomarca da Entidade 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 à Assessoria de Comunicação o gerenciamento da utilização da marca Forluz e as instruções detalhadas para a sua correta aplicação, que devem ser amplamente divulgadas na Fundação e rigorosamente obedecidas.

Essa mesma premissa deve ser estendida a outras mar-

cas eventualmente criadas para dar identidade a programas, eventos, etc.

A definição dessas marcas e sua liberação para uso estão sob a responsabilidade da Assessoria de Comunicação, para que sejam utilizadas de forma criteriosa.

A produção de material de comunicação que tenha a marca Forluz, como peças gráficas, brindes, placas, banners, faixas, bottons, jornais, relatórios, etc., só poderá ser feita mediante prévia avaliação e autorização da Assessoria de Comunicação.

Não é permitido agregar o uso de ícones ou símbolos que interfiram na correta aplicação da marca, na divulgação de eventos, programas, projetos.

Patrocínios e apoios a iniciativas de terceiros que envolvam recursos e a utilização da marca Forluz também só poderão ser concebidos mediante prévia avaliação e aprovação.

Públicos

O primeiro passo é definir "para quem" vamos dirigir a comunicação, de acordo com o perfil do público (qual o segmento de participante com os quais a Fundação interage) e do tipo de relação que mantém com a Forluz.

Personalizar a comunicação ao público ao qual se dirige é essencial para que as mensagens ou as atividades despertem seu interesse, fazendo com que a informação enviada pela Fundação seja percebida e assimilada.

Os públicos são classificados de acordo com o tipo de relacionamento que mantém com a Fundação. Podem ser divididos em dois grupos: público interno e público externo.

PÚBLICO INTERNO:

- Conselheiros, diretores, gerentes e empregados.

PÚBLICO EXTERNO:

- Patrocinadoras.

- Participantes ativos e assistidos.
- Imprensa (Mídia em geral).
- Entidades representativas dos participantes.
- Entidades congêneres (fundos de pensão e plano de saúde de autogestão).
- Entidade de classe dos segmentos de fundos de pensão e autogestão.
- Órgãos do governo relacionados à previdência complementar e suplementar.
- Prestadores de serviços, fornecedores e consultores.
- Instituições financeiras.

Visão da Comunicação

Como instrumento estratégico de gestão organizacional, a comunicação deve trabalhar para concretizar o que a Forluz tem de mais importante - seus valores e sua imagem. A excelência na construção dessa imagem deve ser buscada através de esforço constante, não só da Assessoria de Comunicação, mas, também, dos empregados e dirigentes, uma vez que a comunicação é responsabilidade de todos.

À Assessoria de Comunicação cabe conduzir os processos comunicacionais, de acordo com as diretrizes da Diretoria Executiva, a fim de tornar a Forluz a melhor Entidade de Previdência Complementar e a melhor gestora de plano de saúde do país.

Atribuições da Assessoria de Comunicação

A Assessoria de Comunicação é responsável pelo gerenciamento das ações de comunicação da Forluz, a partir da conjugação das metas institucionais definidas pela Diretoria, por meio da integração das diversas atividades afins. E está diretamente ligada à Presidência, dado seu caráter estratégico.

São atribuições desse setor:

- Coordenar todas as atividades de comunicação da Fundação, visando uma ação integrada, evitando a duplicidade e a dispersão de esforços, uniformizando valores e conceitos, unificando e consolidando a imagem da Forluz.
- Prover a Forluz dos recursos e meios necessários para fazer chegar aos seus públicos as mensagens desejadas, de forma sistêmica, planejada e organizada, conjugando atividades de comunicação institucional (jornalismo, relações públicas e publicidade).
- Transmitir ao público, através dos meios de comunicação, a posição da Fundação sobre os assuntos ligados a sua atividade.
- Assistir a Forluz no relacionamento com a imprensa, editar publicações (folders, relatórios) e informativos - internos e externos - e difundir notícias de interesse da Fundação e de seus públicos.
- Planejar os programas de Comunicação da Fundação.
- Planejar e executar as campanhas publicitárias institucionais e de serviços da Fundação.
- Controlar e orientar sobre a correta aplicação da marca e outras formas de identidade visual da Forluz, bem como a sinalização.
- Desenvolver programas internos específicos para o empregado, visando a sua integração.

- Promover e coordenar concursos e eventos culturais patrocinados pela Fundação, com o objetivo de integrar o público interno.

Os serviços de comunicação necessários ao relacionamento das gerências com seus públicos devem ser solicitados à Assessoria de Comunicação, a quem cabe avaliar as demandas encaminhadas e coordená-las, estabelecendo abordagens e linguagens corretas, o melhor meio e ferramenta, e a forma das mensagens, garantindo que todas as ações sejam integradas e reflitam uma imagem única, forte, clara e compreensível a todos os públicos.

Cuidados essenciais

RESPONSABILIDADE PELAS INFORMAÇÕES

O fluxo de informações confiáveis dentro da Fundação é essencial para tomadas de decisões corretas e bem-orientadas. Como a Assessoria de Comunicação presta serviços a outros setores, dos quais emanam as informações e as demandas, é fundamental que eles cuidem para que essas informações tenham o máximo de qualidade. O cuidado deve ser desde o dimensionamento e detalhamento da demanda (se é realmente necessária, qual a prioridade, o que dizer e para quem, por quê, quando, etc) até a correção e atualidade das informações, que devem ser verificadas antes de encaminhadas à Assessoria de Comunicação.

Cabe às gerências, 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.

AÇÕES ISOLADAS

É importante que os setores não desenvolvam ações isoladas, tais como criação de cartilhas, catálogo de conveniados, realização de eventos, apresentação de programas e etc.

A coordenação e responsabilidade dessas atribuições cabe, exclusivamente, à Assessoria de Comunicação.

Ferramentas para a Consolidação da Estratégia de Comunicação

PUBLICAÇÕES PERMANENTES

Publicações elaboradas com o objetivo de divulgar as ações da Forluz e de dar apoio a projetos especiais definidos como estratégicos pela Diretoria, tais como: jornais internos e externos, relatórios, regulamentos, cartilhas, além de publicações especiais e estratégicas.

■ Jornal Forluz e Jornal Vida e Saúde

Descrição: Veículos de comunicação externa para a difusão de informações voltadas a legitimação das relações da Forluz com seus participantes e demais públicos, visando à divulgação de serviços e da imagem corporativa da Fundação.

Periodicidade: Publicados, trimestralmente, até o final da primeira quinzena, nos meses de março, junho, setembro e dezembro (Jornal Forluz) e, em fevereiro, maio, agosto e novembro (Jornal Vida e Saúde).

Responsável: Assessoria de Comunicação.

■ Jornal Forluz Em Foco

Descrição: Veículo interno, de caráter informativo, pautado em fatos relevantes ao dia-a-dia da Fundação.

Periodicidade: Semanal - todas as terças-feiras.

Responsável: As informações coletadas para o jornal são de responsabilidade das áreas e cabe à Assessoria de Comunicação averiguar os fatos para garantir o sentido correto e a veracidade das notícias.

■ Relatório de Atividades

Descrição: Importante ferramenta com o resumo dos resultados relevantes e prestação de contas da saúde administrativa e financeira da Fundação.

Periodicidade: O Relatório de Atividades deve ser disponibilizado anualmente no Portal da Forluz e publicado no jornal externo.

Responsável: As informações coletadas para a

produção do Relatório são de responsabilidade das gerências, que devem conferir os dados repassados à Assessoria de Comunicação, antes que o arquivo seja liberado para impressão.

■ Internet e Intranet

Projeto gráfico atraente e moderno, que oferece facilidade de navegação e possibilita a interatividade dos participantes com a Fundação.

■ Portal Corporativo

Descrição: O Portal Corporativo é uma importante ferramenta de comunicação, que compreende informações relevantes tais como notícias da Fundação, circulares, avisos internos e externos, banners, Manual de Governança Corporativa, Regulamentos, Estatuto, relatórios de investimentos (Balanço, DAIEA, Política de Investimentos), que, após aprovação, devem ser publicados, cumprindo o prazo da legislação.

Periodicidade: Corrente

Responsável: Assessoria de Comunicação.

■ E-mail Institucional

Descrição: Respostas e soluções para os e-mails institucionais e de serviços - forluz@forluz.org.br.

Periodicidade: Corrente

Responsável: O direcionamento dos e-mails que chegam através do forluz@forluz.org.br é de responsabilidade da Assessoria de Comunicação.

■ Relacionamento com os veículos de comunicação (Revista Fundos de Pensão, Investidor Institucional e Assprevisite, Estado de Minas, Hoje Em Dia, Revista Época e etc).

Descrição: Produção de textos jornalísticos para divulgação nesses veículos e concessão de entrevistas, através de e-mail.

Periodicidade: Quando necessário.

Responsável: Os textos aprovados e revisados pela Diretoria Executiva são repassados aos jornalistas pela Assessoria de Comunicação. No caso de entrevistas cabe, exclusivamente, ao presidente da Forluz determinar quem deve falar em nome da Fundação, auxiliado pela Assessoria de Comunicação.

RELACIONAMENTO COM PARTICIPANTES

■ Avaliar a Qualidade dos Serviços

Descrição: Avaliar permanentemente a satisfação dos participantes em relação aos serviços prestados pela Fundação.

Periodicidade: A cada dois anos.

Responsável: Assessoria de Comunicação.

■ Uniformizar o Atendimento Telefônico e Eletrônico

Descrição: Estabelecer o (0800) e o e-mail atendimento@forluz.org.br como principais canais de relacionamento com os participantes.

Periodicidade: Corrente.

Responsável: Assessoria de Comunicação.

■ Ampliar a Utilização da Internet no Atendimento

Descrição: Usar a Internet como ferramenta efetiva no atendimento aos participantes e empregados.

Periodicidade: Corrente.

Responsável: Gerência de Gestão Organizacional e Assessoria de Comunicação.

OUTRAS INICIATIVAS

■ Forluz Presta Contas

Descrição: Prestação de contas aos participantes referente às atividades desenvolvidas pela Fundação no ano anterior.

Periodicidade: Anual.

Responsável: A Assessoria de Comunicação é responsável pela realização desse evento.

■ Programa de Gestão da Forluz

Descrição: Apresentar aos empregados, os resultados alcançados pela Forluz, no decorrer do ano, em todas as suas áreas de atuação e, além disso, promover a integração entre eles.

Periodicidade: Anual

Responsável: Assessoria de Comunicação.

Meios de Comunicação Formais

O sistema formal de comunicação é o conjunto de estratégias, canais e meios estabelecidos de forma intencional pela Fundação, a fim de facilitar, organizar ou estabelecer fluxos de informações, passar mensagens e conceitos aos participantes e empregados.

Os veículos de comunicação podem ser dirigidos ao público interno ou externo.

VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO INTERNA DA FORLUZ:

- **Avisos** - preparado pela Assessoria de Comunicação.
- **Circulares** - documento assinado pela Diretoria da Forluz, preparado pela Secretaria Geral da Fundação.
- **Banners**
- **Cartazes**
- **Mensagens em contracheques** - responsabilidade da Gerência de Previdência e Atuária.

- **Palestras**
- **Jornal Forluz Em Foco**
- **Portal Corporativo** (Intranet)

VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO EXTERNA DA FORLUZ:

- **Banners**
- **Convites**
- **Folhetos, cartazes, cartilhas, relatórios**
- **Portal Corporativo** (Internet)
- **Palestras**
- **Jornais Vida e Saúde e Forluz**

Comunicação Informal

A comunicação informal ocorre a despeito dos meios formais e é fruto das relações sociais entre os membros da Fundação. A conversa, os rumores, a rede de boatos são os meios informais que ocorrem com maior frequência e podem ser transformados em oportunidades de diálogo e troca de informações, desde que recebam tratamento adequado.

Evidentemente, boatos e rumores devem ser desestimulados mas, para isso, é preciso seguir uma política de relações internas pautada na transparência. Nesse sentido, a Forluz estimula o contato direto entre os diversos níveis como uma prática rotineira, de forma a estabelecer relações baseadas na confiança, na transparência e no diálogo.

FORLUZ
Fundação Forluminas de Seguridade Social

Rua Santos Barreto, 161 ■ Sto. Agostinho ■ Belo Horizonte/MG ■ CEP 30170-070
Tel: (31) 3339.6701 ■ Fax: (31) 3339.6785 ■ forluz@forluz.org.br ■ www.forluz.org.br