



**BASF**  
We create chemistry

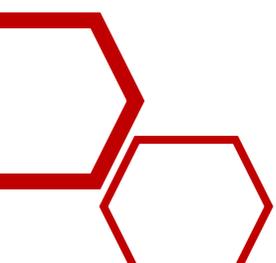
# Política de Comunicação BASF Previdência

Área de Segurança



## ÍNDICE

1.	INTRODUÇÃO .....	2
2.	A COMUNICAÇÃO E OS FUNDOS DE PENSÃO .....	2
3.	OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO .....	3
3.1.	Objetivos Gerais.....	3
3.2.	Objetivos Específicos .....	3
3.2.1.	Público Interno .....	3
3.2.2.	Público Externo .....	4
3.3.	Público de Interesse .....	4
3.3.1.	Público externo.....	4
4.	ESTRATÉGIAS DA COMUNICAÇÃO .....	4
4.1.	Operacionais .....	4
4.2.	Cultural.....	5
4.3.	Governança Corporativa .....	5
5.	CANAIS DE COMUNICAÇÃO .....	5
6.	VALORES DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO .....	6
7.	DIRETRIZES DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO .....	6
8.	CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	7



## 1. INTRODUÇÃO

A Política de Comunicação está baseada na Missão, Visão e Valores Corporativos da BASF Previdência.

A Política orienta as ações de comunicação da Entidade para aprimorar o relacionamento com seus públicos estratégicos, consolidar imagem e reputação de credibilidade, qualidade técnica e transparência na gestão dos recursos; aperfeiçoar o fluxo da informação; melhorar o entendimento e aperfeiçoamento das informações necessárias para que os participantes e assistidos tomem as melhores decisões em relação ao Plano de aposentadoria BASF administrada pela BASF Previdência.

A comunicação adequada mantém a transparência na governança do Instituto e gestão dos recursos, contribui para a retenção dos Participantes e fomenta o Sistema.

O êxito da Política de Comunicação depende do engajamento de todos quanto à aplicabilidade de suas diretrizes e objetivos, essencial para o sucesso da BASF Previdência.

## 2. A COMUNICAÇÃO E OS FUNDOS DE PENSÃO

A Política de Comunicação tem que ser um compromisso assumido, exigindo um trabalho sério a ser executado por todos. A Entidade não pode encarar a comunicação como despesa e sim como investimento, quando aplicada de maneira consciente e estratégica.

Em uma organização, todos são responsáveis pela comunicação. A excelência do processo de relacionamento com os diversos públicos requer esforços e diálogos entre todas as áreas.

Uma Política de Comunicação precisa ser atualizada devido a mudanças ocorridas no mercado, na sociedade e na própria comunicação. Trazendo essa abordagem para as entidades fechadas de previdência complementar (EFPC) percebemos a importância de se comunicar claramente e de maneira ética.

As EFPC, chamadas popularmente de fundos de pensão, surgiram na década de 70 e obtiveram a sua formalização por meio da lei 6.435/77. Nesse período, o

modelo de comunicação com os Participantes era frágil, de linguagem muito técnica e de difícil compreensão.

A história dos fundos de pensão brasileiros é marcada pela crescente importância social e econômica, além de mudanças e melhorias decorrentes, também, da fiscalização dos órgãos competentes. A comunicação, ou seja, a troca de informação torna-se cada vez mais instrumento fundamental nesse processo.

Os canais de comunicação precisam evidenciar o compromisso social que a BASF Previdência tem com os seus Participantes e transmitir com clareza a sua governança e forma com que os investimentos e a gestão são realizados.

### **3. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO**

#### **3.1. Objetivos Gerais**

- Divulgar e promover a comunicação transparente para fortalecimento da entidade com seus participantes e patrocinadores;
- Contribuir com uma comunicação clara e eficaz para manter o nível de satisfação dos participantes elevado;
- Identificar, contribuir e colaborar com a equipe de Relacionamento para identificar as necessidades e aprimoramento das mesmas;
- Ferramentas que permitam o acesso de informações sobre o plano de aposentadoria, em linguagem simples e acessível, para que possam planejar o seu futuro com equilíbrio e segurança.

#### **3.2. Objetivos Específicos**

##### **3.2.1. Público Interno**

- Manter o público interno informado, buscando a unificação do discurso institucional;
- Incentivar, valorizar e conscientizar os colaboradores a responsabilidade de contribuir para uma boa imagem da Entidade.

### 3.2.2. Público Externo

- Promover a educação financeira e previdenciária para todos os participantes da entidade;
- Divulgar as informações de forma clara, destacando as regras e vantagens do plano de aposentadoria BASF administrada pela BASF Previdência;
- Contribuir para aumento de participantes no Plano.

### 3.3. Público de Interesse

#### 3.3.1. Público externo

- Patrocinadores;
- **Participantes Ativos:** Contribui para o Plano e mantém vínculo empregatício com o patrocinador;
- **Participante Autopatrocinado:** contribui para o Plano e não mantém vínculo empregatício com o patrocinador;
- **Participantes Vinculados:** Participante permanece inscrito no Plano mesmo cessado o vínculo empregatício com o Patrocinador, podendo fazer contribuições esporádicas;
- **Participante assistido:** Participante que requereu um dos benefícios oferecidos pela BASF Previdência;
- **Pensionista:** Recebe o benefício de Pensão por Morte de acordo com o estabelecido no Regulamento do Plano BASF Previdência.

## 4. ESTRATÉGIAS DA COMUNICAÇÃO

### 4.1. Operacionais

A Comunicação é fundamental para a qualidade no processo de relacionamento com os Participantes.

Nessa comunicação irá estabelecer a funcionalidade confiabilidade das transações efetuadas em suas várias formas: adesão, cadastro, folha de pagamento, obrigações legais enfim todos os processos operacionais.

## 4.2. Cultural

A Comunicação está no centro da Educação Previdenciária e Financeira, sendo responsável por transmitir com clareza os reais objetivos dessa nova cultura. Disseminar uma cultura onde visa a melhora na qualidade de vida dos nossos participantes.

## 4.3. Governança Corporativa

As melhores práticas incentivam a ir além deste mínimo, procurando sempre melhorar o volume, a extensão e a qualidade das informações prestadas.

O papel da Comunicação na geração de confiança entre Participantes e seus agentes é um elemento de destaque. Sem confiança não existe sistema de governança autêntico. Cada Participante adquire, ao aderir a um Plano de Benefício, um produto (a aposentadoria) que lhe será entregue somente anos depois.

## 5. CANAIS DE COMUNICAÇÃO

- Regulamento e Estatuto;
- Relatório Anual de Informações;
- Revista – Informativa;
- Relatório trimestral investimentos;
- E-mail Marketing;
- Canal Youtube (vídeos e podcast);
- Palestras online e presenciais;
- Extrato das atas das reuniões do Conselho Deliberativo e do Conselho Fiscal;
- Site;
- Portal do participante;
- Relacionamento com o Participante (telefônico, presencial e e-mail).

## 6. VALORES DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

- Ética;
- Transparência;
- Comprometimento;
- Credibilidade;
- Confiabilidade;
- Excelência;
- Responsabilidade;
- Clareza;
- Objetividade.

## 7. DIRETRIZES DA POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

- Estimular a cultura previdenciária e financeira;
- Divulgar todas as ações da BASF Previdência para seus públicos;
- Conquistar e manter um relacionamento transparente e ético com seus públicos;
- Sustentar a imagem institucional da BASF Previdência aos seus públicos como Entidade que tem excelência em suas atividades;
- Criar e implementar políticas e estratégias de comunicação como o objetivo de informar e aproximar a BASF Previdência de todo seu público-alvo;
- Ampliar e consolidar o relacionamento entre os colaboradores e patrocinadores;
- Aprimorar constantemente pela qualidade dos canais de atendimento;
- Estimular a adesão ao Plano por meio de campanhas que esclareçam os benefícios e da importância em ter um plano de previdência fechado;
- Promover a comunicação interna e externa;
- Promover comunicação em plataformas digitais;
- Promover parcerias com entidades que estão alinhadas com os objetivos da entidade;
- Promover parceria assertiva com os patrocinadores;
- Mobilizar e sensibilizar os colaboradores para o atingimento dos objetivos estratégicos e das metas da Entidade.

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma comunicação eficiente exige o conhecimento suficiente sobre os assuntos, planejamento, estratégia, clareza e simplicidade. Informar não é suficiente, é preciso compreensão da mensagem recebida.

A Política de Comunicação não é apenas um documento, mas um instrumento de orientação das atividades de toda equipe e uma importante ferramenta de direcionamento do trabalho de qualidade do que fazer.

A Política irá dar a direção ao plano de comunicação da BASF Previdência, e deverá ser avaliada periodicamente, visando o aperfeiçoamento e melhoria contínua.

## CONTROLE DE VERSÕES

Aprovado por:		Conselho Deliberativo	
Versão	Ano da alteração	Vigência	Alterações
1° Versão	2018	Indeterminado	-

 **■ ■ BASF**

We create chemistry