



POLITICA DE COMUNICAÇÃO DO PROGRAMA DE INTEGRIDADE



SUMÁRIO

1 OBJETIVO.....	3
2 ABRANGÊNCIA	3
3 REFERÊNCIAS	3
4 CONCEITOS.....	3
5 DIRETRIZES.....	4
6 RESPONSABILIDADES.....	5
7 DISPOSIÇÕES FINAIS.....	6
8 INFORMAÇÕES DE CONTROLE.....	6



1 OBJETIVO

Esta Política tem o objetivo de promover, coordenar e normatizar os processos de comunicação institucional, interna, de relacionamento com os cooperado, colaboradores e fornecedores, canais de comunicação próprios e redes sociais da Cooped-CE. Dessa forma, visa a garantir a consistência da cultura e do propósito da organização perante seus públicos-alvo, por meio de diferentes ferramentas de comunicação e atuação alinhada e integrada com a estratégia do Programa de Integridade da Cooperativa.

2 ABRANGÊNCIA

Esta Política aplica-se a administradores, funcionários, estagiários, terceirizados e cooperados.

3 REFERÊNCIAS

- Manual do Compliance daCooped-CE.

4 CONCEITOS

A Cooped-CE reconhece a comunicação como um elemento essencial para a transparência do seu negócio, sua relação com seus públicos estratégicos, o fortalecimento da imagem corporativa e institucional, sua reputação e a indução de boas práticas, bem como o reforço de seus valores.



Os principais pilares de atuação da comunicação da Cooped-CE são:

1.1. Comunicação institucional: está relacionada aos aspectos corporativos e visa a conquistar confiança, construindo uma identidade/imagem com credibilidade e influência na sociedade. Tem por objetivo tornar comuns a personalidade e o propósito da Companhia, acompanhando sua reputação.

1.2. Comunicação interna: direcionada para que os funcionários fiquem informados sobre a Cooperativa, compreendam e internalizem os valores do Programa de Integridade da Organização. Estimula comportamentos, compartilha informações e engaja os funcionários em iniciativas e temas da empresa. É também papel da comunicação interna assegurar tempestividade e transparência em todas as divulgações. A comunicação integra, informa, motiva, valoriza, cria sentimento de pertencimento, promove a inclusão e permite a interação das pessoas. Coloca à disposição do seu público canais de fala e escuta.

1.3. Imprensa: o relacionamento com os profissionais de imprensa e seus veículos tem por base um conjunto de estratégias e ações de relacionamento desenvolvido com o intuito de fortalecer a credibilidade e posicionar estratégicamente a Companhia por meio do fornecimento de informações de interesse próprio, via seus porta-vozes, com transparência, rapidez e consistência.



1.4. Canais próprios redes sociais, site, mailing: em alinhamento com a estratégia de marca, são meios para divulgar temas relevantes e de interesse da Companhia, disseminar posicionamentos estratégicos e trabalhar positivamente sua reputação.

5 DIRETRIZES

A Diretoria, e setor de Marketing da Cooped-CE deve fortalecer e preservar a reputação e a credibilidade da Cooperativa ante os públicos e privados com os quais se relaciona, garantindo que a organização se apresente ao mercado e à sociedade de maneira uniforme, alinhada à sua cultura de integridade e ao seu propósito. Para tanto, deve empregar e supervisionar uma estratégia de comunicação baseada nas seguintes diretrizes abaixo.

- Unidade do discurso**

A comunicação deve estar pautada em um discurso institucional único e coerente que favoreça o reconhecimento uniforme e eficaz pelos diferentes públicos de relacionamento da Cooperativa.

- Qualificação e clareza da informação**

A comunicação deve garantir que as informações divulgadas aos públicos externo e interno sejam transparentes, equânimes, assertivas e fidedignas.



• **Reconhecimento do público-alvo**

A comunicação ocorre em diversos níveis e atinge diferentes públicos. Por essa razão, é preciso assegurar que a mensagem tenha um conteúdo consistente, eficiente e adequado a cada público-alvo, que comprehende:

- público interno: colaboradores abrangidos por esta Política;
- jornalistas e influenciadores;
- sociedade em geral;
- autoridades governamentais;
- entidades de mercado; e
- órgãos reguladores.

6 RESPONSABILIDADES

Cabe à Diretoria:

- definir a estratégia e fazer a gestão da comunicação institucional, interna, canais próprios e de relacionamento com a imprensa;
- disseminar as mensagens-chave alinhadas com a estratégia da Cooperativa, ampliando o conhecimento e o alcance dessas informações para os públicos-alvo;



- garantir o atendimento das demandas por informações institucionais e promover a adequação das mensagens, linguagens e dos canais de comunicação aos diferentes stakeholders atendidos;
- gerir, em conjunto com outras áreas, a reputação da Cooperativa;
- produzir posicionamentos institucionais;
- promover a integração das ações e a racionalização dos recursos dos planos de comunicação das áreas corporativas;
- fazer a gestão de eventos e de cessões de espaços institucionais internos;
- organizar e uniformizar a identidade visual das comunicações seguindo as diretrizes da Cooped-CE;
- fazer a gestão de prêmios e patrocínios institucionais;
- fazer a gestão de pesquisas institucionais; e
- fazer a gestão do mailing institucional.

7 DISPOSIÇÕES FINAIS

O disposto acima se aplica, imediatamente, para toda a Cooperativa, a partir de sua publicação.



1ª Versão: 14/12/2022

Responsáveis pelo documento:

RESPONSÁVEL	ÁREA
Elaboração	Reginaldo Hissa – Compliance Officer
Revisão	Diretoria/Comitê de Compliance
Aprovação	Comitê de Compliance

Registros de Alterações:

VERSÃO	ÍTEM MODIFICADO	MOTIVO	DATA
01	Versão Original	N/A	14/12/2022