



Eletrobras

**POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E
ENGAJAMENTO COM PÚBLICOS
DE RELACIONAMENTO
DAS EMPRESAS ELETROBRAS**

Versão 3.0
16/04/2019

Sumário

1 Objetivo	4
2 Referências	5
3 Princípios	5
4 Diretrizes	6
5 Responsabilidades.....	9
6 Conceitos.....	9
7 Disposições Gerais	11

- **Clientes/Consumidores/Distribuidoras** – fortalecer a relação de confiança mútua, de modo a compreender as demandas e facilitar o desenvolvimento de soluções para um serviço confiável, contínuo e de qualidade, que priorize a eficiência energética e a segurança da população.

2 Referências

- Lei Federal nº 13.303, de 30 de junho de 2016.
- Planejamento Estratégico das Empresas Eletrobras.
- Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD).
- Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU).
- Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos da ONU.
- Código de Conduta Ética e de Integridade das Empresas Eletrobras.
- Normativos da Secretaria Especial de Comunicação Social (Secom), da Presidência da República.

3 Princípios

- Agilidade e precisão.
- Capacitação, criatividade e inovação.
- Comprometimento e respeito ao ser humano e ao meio ambiente.
- Conformidade legal.
- Eficiência e eficácia empresarial.
- Equidade e respeito à diversidade.
- Ética.
- Sustentabilidade.
- Transparência.
- Comprometimento com reporte imediato de desvios éticos e de integridade
- Valorização e motivação das equipes de trabalho.
- Critérios e mecanismos éticos e íntegros nos relacionamentos com terceiros.

4.2 Diretrizes Específicas

4.2.1 Gestão do engajamento com públicos de interesse

4.2.1.1 Manter diálogo permanente com os públicos de relacionamento, realizando consulta sobre suas expectativas em relação aos empreendimentos e atividades das empresas Eletrobras.

4.2.1.2 Manter todos os públicos de relacionamento informados sobre as atividades e negócios das empresas Eletrobras, dando especial ênfase à comunicação dos resultados de engajamento com esses públicos.

4.2.1.3 Definir método de engajamento com cada público de interesse, levando em consideração suas características específicas, de forma a facilitar o relacionamento e garantir a efetiva troca de informações entre a instituição e seus públicos.

4.2.1.4 Divulgar os canais para receber reclamações, denúncias e sugestões de todos os públicos internos e externos que se relacionam com a instituição.

4.2.2 Gestão da comunicação

4.2.2.1 Definir as prioridades e os temas-chave da comunicação de acordo com as orientações estratégicas das empresas Eletrobras e com foco nos públicos de interesse.

4.2.2.2 Planejar, monitorar, mensurar e avaliar as ações de comunicação.

4.2.2.3 Promover a integração das ações e a otimização dos recursos dos planos de ação de comunicação entre as empresas Eletrobras.

4.2.2.4 Coordenar o desenvolvimento e a aplicação do modelo de gestão das marcas, da imagem e da reputação das empresas Eletrobras.

4.2.2.5 Identificar aspirações, necessidades e demandas dos públicos de interesse, sempre com a perspectiva de construção de um relacionamento de longo prazo.

4.2.2.6 Identificar antecipadamente potenciais conflitos, oferecendo soluções de comunicação para apoiar seu gerenciamento adequado.

4.2.2.7 Estabelecer que toda a comunicação das empresas Eletrobras com seus públicos de relacionamento seja feita, preferencialmente, por meio digital, evitando desperdício de material gráfico.

4.2.3 Gestão de conteúdo e meios

4.2.3.1 Propor conteúdos prioritários e relevantes para veiculação interna e externa.

4.2.3.2 Definir os meios nos quais os conteúdos serão veiculados, de acordo com os públicos de interesse, estimulando a interação e monitorando o grau de satisfação com os canais de relacionamento.

4.2.6.3 Criar soluções de comunicação visual e material institucional para dar suporte à estratégia de relacionamento empresarial.

4.2.6.4 Organizar, promover, acompanhar e avaliar os eventos internos e externos e as ações promocionais que possam contribuir para a consolidação da reputação das empresas Eletrobras, observando o respeito ao uso do espaço público e garantindo acessibilidade aos públicos de interesse.

4.2.6.5 Mobilizar os públicos de interesse para o compromisso com o desenvolvimento sustentável, buscando pontos de cooperação para as questões socioambientais.

4.2.7 Comunicação com a comunidade

4.2.7.1 Propor, nas iniciativas das empresas Eletrobras, formas de interação com as comunidades de relacionamento, respeitando seus espaços e valores.

4.2.6.2 Apoiar as áreas operacionais no relacionamento e no diálogo com as comunidades.

5 Responsabilidades

- **Empregados das empresas Eletrobras** — observar os princípios e diretrizes estabelecidos nesta política em todas as suas atividades, colaborando para o fortalecimento da cultura empresarial e o alcance dos objetivos das empresas Eletrobras.
- **Gestores das empresas Eletrobras** — observar os princípios e diretrizes estabelecidos nesta política em todas as suas atividades, incentivando o conhecimento desta pelos colaboradores sob sua gestão.
- **Superintendência de Comunicação e Relações Institucionais da Eletrobras** — coordenar a elaboração e a implementação desta política e propor eventuais atualizações.
- **Áreas de Comunicação das empresas Eletrobras** — implementar esta política e atuar nos seus desdobramentos e na divulgação permanente e sistemática do seu conteúdo às partes interessadas.
- **Comitê de Comunicação Integrada das Empresas Eletrobras** — propor e acompanhar procedimentos que atendam a esta política.
- **Diretorias Executivas das empresas Eletrobras** — aprovar esta política e garantir a sua implementação, zelando pela observância de seus princípios e diretrizes em todas as suas decisões.
- **Conselho de Administração das empresas Eletrobras** — aprovar esta política e emanar diretrizes estratégicas para a Comunicação no âmbito das empresas Eletrobras.

6 Conceitos

Importante ativo para gestão da imagem corporativa, construído em longo prazo, a partir da percepção do público em relação à empresa.

6.10 Temas-chave da comunicação

Temas estratégicos a respeito dos quais são construídas as mensagens-chave a serem comunicadas aos diversos públicos da organização, sejam eles externos ou internos.

6.11 Temas Sensíveis

Temas com potencial de geração de conflitos de interesses, do ponto de vista da estratégia empresarial, que podem afetar a relação de confiança entre a empresa e seus públicos de relacionamento.

7 Disposições Gerais

- A gestão de relacionamento com os diversos públicos das empresas Eletrobras é responsabilidade compartilhada de todos os gestores da instituição, sendo orientada especialmente pelas áreas de Estratégia, Gestão Empresarial e de Sustentabilidade e de Comunicação.
- A comunicação das empresas Eletrobras é formada por processos cujas linhas de ação estão listadas no item Diretrizes Específicas desta política e se referem ao fluxo de trabalho, não tendo relação com as estruturas funcionais de cada uma das empresas.
- Outras diretrizes e aspectos relacionados à ética e à integridade abordados neste documento também estão presentes em demais políticas e normativos das empresas Eletrobras de modo a reforçar a importância do tema na condução dos seus negócios.
- Esta política foi aprovada por meio da Resolução OXX/2019, de DD/MM/2019 e da Deliberação do Conselho de Administração da Eletrobras DEL-0XX/2019, de DD/MM//2019.