



Política de Comunicação

SEBRAE PREVIDÊNCIA

Junho de 2020

ÍNDICE

1	INTRODUÇÃO	3
2	OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO	3
2.1	Objetivos Gerais	4
2.2	Objetivos Específicos.....	4
3	VALORES DA COMUNICAÇÃO	6
4	PÚBLICOS	6
4.1	Público Externo	6
4.2	Público Interno.....	7
5	DIRETRIZES E RESPONSABILIDADES	7
5.1	Diretrizes Globais	7
5.2	Diretrizes Específicas.....	8
5.3	Responsabilidades	9
6	GESTÃO DE CRISE DE IMAGEM	9
7	CANAIS E INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO	10
7.1	Portal.....	10
7.2	Gestores do Plano SEBRAEPREV	11
7.3	Fale Conosco	11
7.4	Mídias Sociais.....	11
7.5	Eventos.....	12
7.6	Atendimento telefônico.....	13
7.7	Informativos.....	13
7.8	Intranet das Patrocinadoras.....	14
7.9	Intranet dos Empregados do SEBRAE PREVIDÊNCIA.....	14
8	CONSIDERAÇÕES SOBRE A MARCA.....	15
8.1	Conceito da Marca	16
8.2	Logomarca.....	16
9	VIGÊNCIA, VALIDADE E ATUALIZAÇÕES	16
10	TABELA DE CONTROLE DE REVISÕES.....	16
11	RELATOR.....	17
12	APROVAÇÃO.....	17
13	REFERÊNCIAS.....	17
14	GLOSSÁRIO.....	17



1 INTRODUÇÃO

A compreensão da comunicação no ambiente das entidades fechadas de previdência complementar - EFPC e seus públicos de interesse permite ações que busquem por resultados, cada vez mais favoráveis, ao futuro de participantes e assistidos dos planos de benefícios previdenciários.

É certo que o melhor entendimento sobre os conceitos financeiros e previdenciários e com relação aos produtos e serviços oferecidos pelas Entidades de Previdência, por meio de informações e orientações adequadas, possibilita uma maior confiança e o desenvolvimento de habilidades que vem a culminar com a melhor tomada de decisões por parte dos participantes, assistidos e seus familiares.


A área de comunicação de uma Entidade de Previdência tem a nobre missão de bem formar e informar os participantes e assistidos de planos de previdência, por meio da Educação Financeira e Previdenciária, no sentido de que esses formem, dentro de suas respectivas realidades financeiras, a maior reserva monetária possível para que esta propicie (i) segurança na fase de formação da reserva, por meio dos benefícios de risco, e (ii) melhor qualidade de vida na fase pós-laborativa, por meio de um bom montante de recursos previdenciários.

A Política de Comunicação precisa proporcionar aos patrocinadores, instituidores, participantes e assistidos maior conhecimento sobre as vantagens do Regime de Previdência Complementar e do Plano de Benefícios a ele vinculado. Assim, este normativo visa enfatizar a importância da formação de poupança previdenciária, reforçar a credibilidade, a qualidade técnica e a transparência na gestão dos recursos pelo SEBRAE PREVIDÊNCIA, no sentido de bem atender e manter os atuais participantes e assistidos, bem como fomentar os planos de benefícios administrados pela Entidade.

2 OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

A Política de Comunicação do SEBRAE PREVIDÊNCIA tem como finalidade estabelecer diretrizes para a gestão da comunicação no Instituto. O presente documento é um instrumento orientador e normativo para os procedimentos de comunicação e relacionamento da Entidade com seus diversos públicos, buscando atuar de forma proativa, clara, coesa, tempestiva e transparente, pautados nos princípios de governança corporativa e nos valores e princípios do Instituto.

Considerando a comunicação um aspecto fundamental para a imagem do Instituto, este documento se revela como um compromisso assumido para fortalecer e conferir maior efetividade aos produtos e serviços que atendam aos vários perfis de participantes. Colocar em prática a Política de Comunicação tem como propósito o aperfeiçoamento das informações necessárias para que os participantes e assistidos tomem as melhores decisões em torno da previdência complementar e conheçam mais



sobre as regras e vantagens dos planos de benefícios administrados pelo SEBRAE PREVIDÊNCIA. A Comunicação adequada possibilita a manutenção da governança do Instituto, contribuindo para a retenção dos participantes e o fomento do Sistema de Previdência Complementar.


Esta Política de Comunicação está fundamentada no Plano Estratégico do SEBRAE PREVIDÊNCIA e na Resolução do Conselho Nacional de Previdência Complementar nº 32 de 04 de dezembro de 2019 – a qual dispõe sobre os procedimentos a serem observados pelas entidades fechadas de previdência complementar na divulgação de informações aos participantes e assistidos dos planos de benefícios de caráter previdenciário que administram.

2.1 Objetivos Gerais

- a) Fortalecer a Comunicação como principal instrumento de consolidação da imagem do SEBRAE PREVIDÊNCIA, do cumprimento da missão institucional e para a disseminação da cultura financeira e previdenciária.
- b) Promover uma comunicação transparente, tempestiva e clara entre o SEBRAE PREVIDÊNCIA e seus públicos de interesse.
- c) Contribuir para o fortalecimento do relacionamento do SEBRAE PREVIDÊNCIA com seus patrocinadores, instituidores, participantes e assistidos, bem como os órgãos reguladores e fiscalizadores.

2.2 Objetivos Específicos

- Público Interno
 - a) Conscientizar todos os colaboradores sobre a responsabilidade de contribuir para a boa imagem da Entidade.
 - b) Incentivar e valorizar o público interno criando mecanismos de comunicação que promovam a interação entre os colaboradores e os dirigentes.
 - c) Propor conhecimento e conseguir o envolvimento dos empregados em todas as ações desenvolvidas no SEBRAE PREVIDÊNCIA.
- Público Externo
 - a) Ajudar a manter elevado o nível de satisfação dos participantes e assistidos.

- 
- b) Divulgar informações com linguagem clara a respeito dos planos de benefícios do SEBRAE PREVIDÊNCIA, destacando suas regras e vantagens.
 - c) Colaborar com a Área de Relacionamento para o bom atendimento aos participantes e assistidos dos planos do SEBRAE PREVIDÊNCIA.
 - d) Contribuir para o aumento de participantes nos Planos do SEBRAE PREVIDÊNCIA.
 - e) Promover a educação financeira e previdenciária entre os públicos de interesse.
 - f) Uniformizar as informações institucionais que serão divulgadas aos Patrocinadores e Instituidores.
 - g) Promover a divulgação e facilitar o acesso ao Portal do SEBRAE PREVIDÊNCIA na intranet dos Patrocinadores.
 - h) Promover maior articulação entre as Assessorias de Comunicação Social das Patrocinadoras e a área de Comunicação do SEBRAE PREVIDÊNCIA.
 - i) Manter constante relacionamento com as áreas de direção, gestão de pessoas e de comunicação dos Patrocinadores e Instituidores.
 - j) Promover, de maneira eficaz, a comunicação entre o SEBRAE PREVIDÊNCIA e seus públicos de interesse, por meio da segmentação do público-alvo e dos meios de comunicação mais adequados.
 - k) Promover a comunicação das principais ações do SEBRAE PREVIDÊNCIA junto aos órgãos de imprensa, principalmente do sistema de previdência complementar e sistema financeiro, visando o fortalecimento da imagem institucional.

3 VALORES DA COMUNICAÇÃO

Todos os diretores, empregados e Órgãos Colegiados do SEBRAE PREVIDÊNCIA devem pautar suas condutas e ações nos seguintes valores:

Transparência: A comunicação deve se posicionar de maneira transparente, tornando-se um fator primordial na conquista de credibilidade.

Ética: O compromisso com a ética deve ser ferramenta essencial no cumprimento do exercício pleno das responsabilidades de comunicação. A transmissão de informação deve pautar-se pela verdade.

Qualidade: As ações de comunicação do SEBRAE PREVIDÊNCIA devem ser caracterizadas pela qualidade, eficiência, eficácia e adequação do serviço de informação, em atendimento às demandas dos públicos internos e externos.

Participação: A comunicação deve privilegiar o envolvimento de todos os seus empregados nos assuntos relacionados às atividades da Entidade, a fim de que se sintam responsáveis pelas conquistas do SEBRAE PREVIDÊNCIA.

Credibilidade: Toda ação de comunicação deve ser elaborada no sentido de incrementar a credibilidade do SEBRAE PREVIDÊNCIA junto aos seus públicos de interesse.


Atualidade: Para que a Entidade bem cumpra o seu papel de atender às demandas dos participantes e assistidos, faz-necessária a constante atualização das informações disponibilizadas.

Proatividade: É fundamental que os profissionais de comunicação estejam atentos às mudanças e necessidades dos diversos públicos de interesse.

4 PÚBLICOS

4.1 Público Externo

- Participantes - patrocinados, autopatrocinados, participantes sem remuneração em autopatrocínio, participantes com direitos suspensos, vinculados;
- Assistidos – aposentados e pensionistas;
- Beneficiários de participantes;
- Não participantes;
- Patrocinadores e Instituidores;
- Órgãos Reguladores e Fiscalizadores;
- Entidade de Classe;

- 
- Entidades Fechadas de Previdência Complementar – EFPC;
 - Entidades Abertas de Previdência Complementar – EAPC;
 - Instituições Financeiras;
 - Prestadores de serviços e consultores;
 - Imprensa; e
 - Sociedade em geral

4.2 Público Interno

- Diretoria Executiva;
- Conselho Deliberativo;
- Conselho Fiscal;
- Empregados; e
- Prestadores de serviços internos.

5 DIRETRIZES E RESPONSABILIDADES

5.1 Diretrizes Globais

- a) Fortalecer a imagem institucional do SEBRAE PREVIDÊNCIA junto aos seus públicos como Entidade que administra planos de previdência com excelência;
- b) Fomentar a cultura previdenciária e financeira no âmbito dos diversos públicos abrangidos pela Entidade;
- c) Aprimorar a qualidade de atendimento aos participantes e assistidos;
- d) Conscientizar todas as áreas do SEBRAE PREVIDÊNCIA, promovendo uma maior sinergia e engajamento nas ações de comunicação e de relacionamento, sempre buscando superar as expectativas de participantes e assistidos;
- e) Adequar a comunicação institucional e integrar as suas ações com as diretrizes do Regime de Previdência Complementar;
- f) Manter um relacionamento transparente e ético com seus públicos;
- g) Tornar o SEBRAE PREVIDÊNCIA fonte de informação sobre assuntos relacionados ao Regime de Previdência Complementar;



h) Divulgar as ações do SEBRAE PREVIDÊNCIA para seus públicos relacionados; e

i) Fortalecer os canais de comunicação e relacionamento com os órgãos reguladores e fiscalizadores e com as entidades fechadas de previdência complementar.

5.2 Diretrizes Específicas

- a) Traduzir em todos os produtos e canais de comunicação, os valores, visão e missão do SEBRAE PREVIDÊNCIA;
- b) Estabelecer os canais de comunicação internos com os empregados e promover a criação de uma cultura corporativa que traduza os valores e objetivos do SEBRAE PREVIDÊNCIA;
- c) Estabelecer meios de comunicação diferenciados para os diversos públicos externos, principalmente os participantes e assistidos, com assuntos segmentados para o interesse de cada tipo de público e com periodicidade fixa de comunicação com todos os participantes;
- d) Facilitar a divulgação de assuntos complexos, para propiciar clareza e transparência;
- e) Buscar, sempre que for possível, soluções ou ferramentas que possibilitem a redução de custos com comunicação e ao mesmo tempo possibilite atingir um maior número de participantes e assistidos;
- f) Dar suporte e atuar junto às áreas do SEBRAE PREVIDÊNCIA na comunicação com empregados/associados não participantes, com o objetivo de estimular a adesão aos planos de benefícios administrados pela Entidade;
- g) Manter crescente aprimoramento no Relacionamento Institucional com as Patrocinadoras e Instituidores;
- h) Promover, sempre que possível, ações periódicas que permitam a difusão de informações positivas sobre o Instituto por meio de mídia espontânea/imprensa, visando o fortalecimento da imagem institucional;
- i) Realizar a gestão de todo o conteúdo veiculado pelo SEBRAE PREVIDÊNCIA, bem como manter um padrão estético para as ações comunicativas e peças de divulgação institucional;
- j) Estabelecer a arquitetura da marca, procurando contar com a ajuda de profissionais especializados; e
- k) Buscar a captação de novos patrocínios e parceiros.

5.3 Responsabilidades

Todo o quadro de colaboradores do SEBRAE PREVIDÊNCIA deve se pautar na transparência, clareza e tempestividade na comunicação que lhes cabe, tendo como norteador a legislação vigente, esta Política de Comunicação e os demais normativos do Instituto. Neste sentido cabe:

14.1.1 – Ao Conselho Deliberativo: estabelecer as diretrizes estratégicas que devem nortear as ações de comunicação da Entidade, avaliando a acessibilidade das informações obrigatórias e sua adequação ao público alvo;

14.1.2 – À Diretoria Executiva:

- a) definir os aspectos táticos e operacionais para cumprimento dos comandos emanados da legislação vigente, desta Política de Comunicação e de outros normativos internos da Entidade; e
- b) assegurar o bom desenvolvimento das ações de comunicação do Instituto, alocando os recursos necessários, sempre levando em conta os aspectos técnicos da comunicação.

14.1.3 – Ao Conselho Fiscal: Averiguar, anualmente, o cumprimento, por parte da área executiva do Instituto, da Política de Comunicação;

14.1.4 – À Área de Comunicação:


- a) propor à Diretoria Executiva as diretrizes estratégicas que irão nortear o processo de comunicação do SEBRAE PREVIDÊNCIA;
- b) propor à Diretoria Executiva os aspectos táticos e operacionais para cumprimento dos comandos emanados da legislação vigente, desta Política de Comunicação e de outros normativos internos do Instituto.

14.1.5 – Aos Gestores das Áreas:

- a) identificar temas importantes para serem comunicados aos patrocinadores, instituidores, participantes e assistidos;
- b) ser fonte de informações técnicas e conteúdo para a Área de Comunicação;
- c) elaborar/enviar informações de responsabilidade da respectiva área para fins de atendimento às obrigações ou solicitações dos Órgãos de Governança, da Área de Comunicação, patrocinadores, instituidores, participantes e assistidos.

6 GESTÃO DE CRISE DE IMAGEM

A relação entre participantes, assistidos e uma Entidade de Previdência Complementar deve ser pautada pela confiança e transparência. Considerando ainda que essa relação é de longo prazo, a imagem, reputação e credibilidade de uma Entidade



devem ser considerados como um ativo tão importante quanto o seu patrimônio e investimentos. Proteger esse ativo requer responsabilidade e participação de todos da Entidade, sem qualquer distinção de cargo ou função.

Qualquer situação ou falha que afete a imagem de uma Entidade pode provocar instabilidade, prejuízos e crises diversas. Por esse motivo, é importante enfatizar que o papel da comunicação deve ser voltado para a prevenção.

A Área de Comunicação do SEBRAE PREVIDÊNCIA deve manter-se atuante, trabalhando permanentemente para o fortalecimento da reputação e imagem do Instituto sempre buscando estreitar o relacionamento com os seus diversos públicos.

Tendo em vista o ambiente de riscos ao qual o segmento de Previdência Complementar está exposto em virtude de oscilações políticas, atuariais e econômico-financeiras, é de grande importância que, além de ações preventivas, constem definidas ações para o enfrentamento de crise de imagem. Nesse sentido, a Área de Comunicação deve seguir as orientações estabelecidas no Manual de Gestão de Crise e Imagem (disponível no portal do SEBRAE PREVIDÊNCIA).

7 CANAIS E INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO

7.1 Portal

O Portal é o canal mais utilizado pelos participantes e assistidos. Em área aberta, possui conteúdos diversos e destinados à sociedade em geral. Em área restrita, são mantidas as informações destinadas a públicos específicos.

A atualização do Portal deve ser constante para:

- Manter os participantes devidamente informados sobre o Instituto e sua situação previdenciária, por meio da Área Restrita;
- Fomentar a Educação Financeira e Previdenciária;
- Reter participantes;
- Demonstrar a transparência do SEBRAE PREVIDÊNCIA;
- Divulgar concursos, bem como notícias sobre a Entidade e o Plano SEBRAEPREV;
- Trabalhar para que seja mantido o *link* do portal em todas as intranets dos Patrocinadores e Instituidores; e



7.2 Gestores do Plano SEBRAEPREV

Os Gestores de Planos de Previdência representam o SEBRAE PREVIDÊNCIA nas respectivas Patrocinadoras e Instituidores e são o primeiro contato dos Participantes com o Instituto. São eles os responsáveis por passar as primeiras informações dos Planos do SEBRAE PREVIDÊNCIA.

Por isso, a capacitação de Gestores por meio de oficinas e cursos deve ser aperfeiçoada de forma permanente a fim de possibilitar maior domínio dos Regulamentos dos Planos de Benefícios, visando oferecer aos participantes atendimento mais qualificado e proporcionar o maior número de adesão possível.

7.3 Fale Conosco

O Fale Conosco é um espaço de contato direto com o SEBRAE PREVIDÊNCIA para que participantes, assistidos e o público em geral possam se relacionar com o Instituto. O acesso é livre pelo Portal e deve ser divulgado com frequência como um canal de atendimento, além do contato da Área de Relacionamento com o Participante.


A constante utilização do Fale Conosco pelos participantes e assistidos dá maior visibilidade ao Portal e, conseqüentemente, possibilita o acesso às últimas notícias publicadas pelo Instituto. Cabe à Comunicação desenvolver ações de divulgação do Fale Conosco.

7.4 Mídias Sociais

A utilização de redes sociais, tais como *Facebook, Instagram, Youtube, Linked In*, dentre outros que poderão surgir, permite uma maior interação entre o SEBRAE PREVIDÊNCIA e seus diversos públicos.

Por meio desse canal de comunicação, devem ser transmitidos conteúdos sobre Educação Financeira e Previdenciária, sempre buscando disseminar os planos de benefícios administrados pelo SEBRAE PREVIDÊNCIA.

Nesse sentido, cabe à Área de Comunicação do Instituto possibilitar maior interação com os participantes e assistidos, abrindo espaço para que o diálogo aconteça. Isso pode ser feito a partir de *posts* interativos que convidem o leitor a



conversar com o SEBRAE PREVIDÊNCIA e, também, por meio das respostas aos comentários feitos nas publicações das diferentes redes sociais da Entidade.

7.5 Eventos

Os eventos são acontecimentos planejados e propiciam mensagens a públicos direcionados, visando a disseminação dos planos de benefícios do SEBRAE PREVIDÊNCIA, a promoção da imagem do Instituto e de experiências exitosas aos seus participantes e assistidos.

Os eventos devem amplificar a troca de mensagens entre o SEBRAE PREVIDÊNCIA e seu público-alvo e todo o reconhecimento e experiência externa pode ser revertido em ações de endomarketing.

As ações estão relacionadas a visitas às empresas patrocinadoras, instituidores, campanhas, concursos culturais, congressos, seminários e eventos em geral, os quais devem contar com planejamento específico sempre norteado **por esta** Política de Comunicação.

Cabe à Área de Comunicação:

- Priorizar ações nos locais que têm um número expressivo de empregados que ainda não aderiram ao Plano SEBRAEPREV e aos Planos Instituídos administrados pelo SEBRAE PREVIDÊNCIA, ou que apresentam um baixo nível de contribuição.
- Auxiliar a área de Relacionamento com o Participante na programação de visitas às Patrocinadoras e Instituidores e produzir todo o material de divulgação.
- Promover os Concursos Culturais, ao longo de cada exercício social, observando o nível de participação em relação ao ano anterior, quais sejam: Dia do Aposentado, Dia do Participante, e Dia das Crianças, entre outros porventura apontados formalmente pela Diretoria Executiva do Instituto;
- Garantir que os Gestores do Plano SEBRAEPREV e dos Planos Instituídos obtenham o máximo de informações para divulgação sobre as campanhas propostas pelo SEBRAE PREVIDÊNCIA.
- Disponibilizar os arquivos abertos das peças de divulgação, sempre que solicitado.

7.6 Atendimento telefônico

O atendimento por telefone deve proporcionar comodidade aos participantes e assistidos, os quais podem solicitar serviços e esclarecer suas dúvidas. As chamadas são realizadas por um telefone exclusivo de atendimento e devem ser direcionadas aos profissionais responsáveis pela Área de Relacionamento com Participante.

A Área de Comunicação deve acompanhar os relatórios dos atendimentos telefônicos, de forma a identificar o perfil dos participantes e assistidos que mais utiliza esse canal, quais são suas dúvidas e os serviços mais solicitados, objetivando ações de comunicação específicas.

7.7 Informativos

Os Informativos devem apresentar assuntos de interesse dos participantes, dos assistidos, dos patrocinadores, dos instituidores e demais interessados em conhecer o SEBRAE PREVIDÊNCIA e seus planos administrados, contendo notícias, avisos, campanhas, prestação de contas, datas de eventos etc.

A Área de Comunicação deve estabelecer uma dinâmica com a Área de Relacionamento do Instituto, objetivando garantir que as dúvidas mais frequentes dos participantes e assistidos sejam abordadas nesses informativos, sempre submetendo todo o conteúdo para validação formal da Diretoria Executiva, antes da divulgação de cada informativo.

Os principais Informativos do SEBRAE PREVIDÊNCIA estão elencados a seguir:

- Informe SEBRAEPREV: Boletim eletrônico e mensal;
- Informe dos Plano Valor Previdência: Boletim eletrônico e mensal;
- SEBRAEPREV Notícias
- Relatório Anual de Informações (RAI): Prestação de Contas.
- Posição Semanal dos Investimentos: Resumo dos Investimentos.
- Kit Adesão: Regulamento, Estatuto, Cartilha e Folder. Versão eletrônica.
- Relatório Gerencial das Patrocinadoras – Trimestral – apresenta a evolução do Plano SEBRAEPREV e a posição de cada Patrocinadora.



7.8 Intranet das Patrocinadoras

As mensagens do SEBRAE PREVIDÊNCIA são reproduzidas nas intranets das Patrocinadoras e Instituidores, bem como em circuitos de TV internos.

A Área de Comunicação deve manter atualizado o grupo de endomarketing das Patrocinadoras e Instituidores, se for o caso, estreitando o relacionamento com esse grupo, repassando informações sobre o Instituto e os Planos Administrados.

7.9 Intranet dos Empregados do SEBRAE PREVIDÊNCIA

Canal designado ao público interno do Instituto, onde a Área de Comunicação da Entidade é responsável pela disponibilização de conteúdos para as diversas equipes do SEBRAE PREVIDÊNCIA. Na Intranet devem ser publicadas:

- Informações sobre gestão de pessoas;
- Informações sobre aprendizado e crescimento;
- Informações sobre as áreas, projetos, acompanhamento de indicadores;
- Notícias inerentes a questão de previdência, investimentos e tributárias;
- Informações sobre Eventos Internos e Externos;
- Publicação de Atas da Reunião de Conselhos e da Diretoria;
- Comunicados em geral;
- Aniversariantes do mês;
- Follow up das recomendações da DIREX; e
- Políticas, Processos, Normativos e Manuais Operacionais.

Os canais de comunicação e os respectivos públicos estão apresentados a seguir:


Canais de Comunicação	Público Interno	Público Externo (Participantes e Assistidos)	Público Externo Entidades abertas de previdência complementar; Instituições financeiras; Prestadores de serviços e consultores; Imprensa, Sociedade em geral; Beneficiário e Não participantes
Portal	X	X	X
Gestores dos Planos de Benefícios	X	X	
Fale Conosco	X	X	X
Mídias Sociais	X	X	X
Atendimento telefônico	X	X	
Intranet das Patrocinadoras	X	X	
Informativos	X	X	X
Eventos	X	X	X
Intranet SEBRAE PREVIDÊNCIA	X		

8 CONSIDERAÇÕES SOBRE A MARCA

A marca SEBRAE PREVIDÊNCIA foi criada para evidenciar o papel de evolução constante, segura e proativa na vida de seus participantes e assistidos. Foi utilizada parte da imagem original da marca SEBRAE, que revela a ideia do caminho de amadurecimento que é a vida profissional.

Um elemento gráfico, que cruza a duas peças iniciais, foi inserido para caracterizar o conceito de uma vida nova e diferente, alcançada por meio dos diferenciais oferecidos no Plano SEBRAEPREV. A evolução da Instituição é sinalizada pelas circunferências inseridas no desenho.

O encadeamento das formas, presente em um conjunto visual unido por um elo sólido de retaguarda, concretiza a segurança e a corrente positiva de ações que a organização oferece aos seus participantes e assistidos. Todo este conjunto harmônico se completa com um ciclo infinito e virtuoso, onde o caminho de prosperidade e evolução está em crescimento contínuo.



Assim como a organização que representa, a marca SEBRAE PREVIDÊNCIA evoluiu. Hoje representa uma estrutura mais madura e mais preparada para empreender constantemente, com o objetivo de oferecer sempre soluções de previdência produtivas e seguras para os seus patrocinadores, instituidores, participantes e assistidos.

8.1 Conceito da Marca

No sentido de se vislumbrar que plano de previdência tem caráter de formação de poupança de longo prazo, a associação utilizada para a marca do SEBRAE PREVIDÊNCIA é a de Evolução. E evoluir é um processo infinito. É percorrer um longo caminho, amadurecendo, constantemente, ao longo da vida, fazendo correções de rumo de maneira segura e no momento certo.

Evoluir é fazer escolhas diferenciadas, buscando, cada vez mais, qualidade de vida por meio de parcerias sólidas.

8.2 Logomarca

A utilização da logomarca deve obedecer de maneira criteriosa os aspectos elencados no Manual de Identidade Visual (disponível no portal do SEBRAEPREV), sendo proibido o uso de símbolos ou letras que interfiram na correta aplicação da logomarca.

9 VIGÊNCIA, VALIDADE E ATUALIZAÇÕES

A presente Política passa a vigorar a partir da data de sua aprovação pelo Conselho Deliberativo, sendo válida por tempo indeterminado.

Após a implantação desta Política, com o objetivo de mantê-la atualizada e condizente com as necessidades da Entidade, deverão ser realizadas, anualmente, ou sempre que houver incidentes, revisões com a implantação de novas ações e controles para sua melhoria contínua.

10 TABELA DE CONTROLE DE REVISÕES

REVISÃO	DATA	PÁGINA	MOTIVO	RESPONSÁVEL
1ª Versão	19/06/2020	-	Atualização	Viviane Araújo

11 RELATOR

Conselheiro André Spínola
Conselho Deliberativo

12 APROVAÇÃO

2ª Reunião Ordinária do Conselho Deliberativo
Resolução nº 190/2020.
Brasília, 29 de junho de 2020

13 REFERÊNCIAS

- a) Planejamento Estratégico 2019-2022
- b) RESOLUÇÃO Nº 32, de 4 de dezembro de 2019, do CONSELHO NACIONAL DE PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR – CPC;
- c) Manual de Governança em Segurança da Informação ABRAPP;
- d) Política de Comunicação – SEBRAE PREVIDÊNCIA aprovada na 3ª RO do Conselho Deliberativo em 18 de agosto de 2016

14 GLOSSÁRIO

Conselho Deliberativo: Órgão máximo de deliberação colegiada do SEBRAE PREVIDÊNCIA, responsável pela definição das diretrizes e política geral de administração da Entidade e de seus Planos de Benefícios.

Conselho Fiscal: Órgão de fiscalização e controle interno do SEBRAE PREVIDÊNCIA, responsável por examinar, analisar e emitir pareceres sobre os atos da administração da Entidade e de seus Planos de Benefícios.

Diretoria Executiva: Órgão responsável pela administração do SEBRAE PREVIDÊNCIA, devendo exercer suas atribuições em conformidade com as políticas e diretrizes definidas pelo Conselho Deliberativo e com a legislação vigente.

Comissões Temáticas dos Conselhos: Responsável pelo assessoramento ao Conselho Deliberativo por meio da interação com a Diretoria Executiva, visando o aprofundamento de questões relacionadas aos diversos temas de interesse do Instituto, como seguridade, investimentos, administração, planejamento, orçamento, marketing e comunicação, dentre outros, os quais são submetidos à análise e deliberação do Conselho Deliberativo.

Empregados: Quadro funcional composto por gerente, analistas, técnicos e assistentes.

Patrocinador(a): Pessoa jurídica que possui convênio de adesão ao Plano SEBRAEPREV e é responsável pelo financiamento do Plano. São as unidades que compõem o Sistema Sebrae e a ABASE – Associação Brasileira dos Sebrae Estaduais, além do próprio SEBRAE PREVIDÊNCIA.

PATROCINADORES DO PLANO SEBRAEPREV		
ABASE	SEBRAE MA	SEBRAE RJ
SEBRAE AC	SEBRAE MG	SEBRAE RN
SEBRAE AL	SEBRAE MS	SEBRAE RO
SEBRAE AM	SEBRAE MT	SEBRAE RR
SEBRAE AP	SEBRAE NA	SEBRAE RS
SEBRAE BA	SEBRAE PA	SEBRAE SC
SEBRAE CE	SEBRAE PB	SEBRAE SE
SEBRAE DF	SEBRAE PE	SEBRAE SP
SEBRAE ES	SEBRAE PI	SEBRAE TO
SEBRAE GO	SEBRAE PR	SEBRAE PREVIDÊNCIA

Instituidor: Pessoa jurídica de caráter profissional, classista ou setorial que celebra convênio de adesão junto ao SEBRAE PREVIDÊNCIA.

INSTITUIDORES		
FENASEBRAE	FENACON	CORECON-DF


Participante: Pessoa física que contribui para um dos planos de benefícios administrados pelo SEBRAE PREVIDÊNCIA. No caso do Plano SEBRAEPREV corresponde, também, a pessoa com vínculo empregatício com uma das patrocinadoras e que contribui para o respectivo Plano.

Participante Autopatrocinado: Pessoa física que contribui para o Plano SEBRAEPREV e não mantém vínculo empregatício com o Patrocinador.

Participante sem remuneração em Autopatrocínio: Pessoa física que contribui para o Plano SEBRAEPREV mesmo com perda de remuneração por causa de suspensão ou interrupção do contrato de trabalho com o Patrocinador.

Participante com Direitos Suspensos: Participante que suspendeu suas contribuições por causa de suspensão ou interrupção do contrato de trabalho com o Patrocinador.

Participante Vinculado: Participante que permanece inscrito no Plano SEBRAEPREV, mesmo cessado o vínculo empregatício com o Patrocinador, que opta pelo Benefício Proporcional Diferido. Faz, apenas, contribuições esporádicas.



Assistido: Participante em gozo de benefício de renda continuada pelo Plano SEBRAEPREV ou demais planos de benefícios geridos pelo SEBRAE PREVIDÊNCIA.

Beneficiário: Pessoa física que recebe o benefício de Pensão por Morte de acordo com o estabelecido no Regulamento dos planos geridos pelo SEBRAE PREVIDÊNCIA.

Não participantes: (1) Empregados das Patrocinadoras que não aderiram ao Plano SEBRAEPREV. (2) Pessoa física que não aderiu a nenhum dos Planos geridos pelo SEBRAE PREVIDÊNCIA, da qual tem direito.

Órgãos reguladores e fiscalizadores: Superintendência Nacional de Previdência Complementar (PREVIC), Subsecretaria do Regime da Previdência Complementar (SRPC); Conselho Nacional de Previdência Complementar (CNPCC) e Conselho Monetário Nacional (CMN).

Entidades de Classe: Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar (ABRAPP), Associação Nacional dos Participantes de Fundos de Pensão (ANAPAR); Sindicato Nacional das Entidades de Previdência Complementar (SINDAPP) e Instituto de Certificação da Seguridade Social (ICSS).

Entidades fechadas de previdência complementar: Sociedade civil ou fundação, sem fins lucrativos, sob a forma de sociedade civil ou fundação, que tem por objeto instituir planos privados de concessão de benefícios. Popularmente conhecida como Fundo de Pensão. Opera apenas dentro de uma empresa ou grupo de empresas. Abrangência restrita, pois os planos serão oferecidos somente ao grupo de empregados da patrocinadora e/ou associados de uma pessoa jurídica de caráter profissional, classista ou setorial.

Entidades abertas de previdência complementar: Entidades com finalidade lucrativa ou sociedade seguradora, que objetivam à prestação de benefícios opcionais, de caráter individual (planos individuais) de abrangência ampla com oferecimento a qualquer pessoa.