



Política Empresarial

Comunicação



1 OBJETIVO

Esta Política tem por objetivo orientar sobre a comunicação da FORESEA visando o fortalecimento da nossa identidade institucional junto a diversas partes interessadas. A prática da Política sobre Comunicação contribui para que os diversos públicos de nosso relacionamento tenham a percepção do que desejamos para a FORESEA:

- Para os integrantes, a FORESEA é o futuro.
- Para a sociedade, a FORESEA contribui para um mundo melhor.
- Para os clientes e usuários, a FORESEA é modelo de eficiência e de qualidade.
- Para os agentes públicos, a FORESEA é exemplo de integridade.
- Para fornecedores e prestadores de serviço, a FORESEA é parceira.
- Para os jovens estudantes, a FORESEA é objeto de desejo.
- Para a mídia, a FORESEA é transparente e confiável.
- Para as entidades da sociedade civil e a academia, a FORESEA é colaborativa.
- Para as entidades de classe, a FORESEA é representativa.
- Para o mercado financeiro, a FORESEA é sólida.

2 APLICAÇÃO

Esta Política é aplicável à FORESEA, inclusive suas empresas controladas que não tenham Conselho de Administração, a todos os integrantes, Diretores e membros do Conselho da Administração, em qualquer jurisdição.

Adicionalmente, esta Política serve de orientação para os membros dos conselhos de administração indicados pela FORESEA, em controladas ou coligadas, para que, em alinhamento com os demais conselheiros, aprovelem e implementem uma política sobre comunicação que contenha os princípios, conceitos e demais orientações definidos e explicitados nessa política, sem deixar, contudo, de promover os complementos e outras orientações necessárias para adequação às características de seus respectivos negócios e às contribuições dos demais conselheiros.

3 SIGLAS E DEFINIÇÕES

CA-FORESEA: Conselho de Administração da FORESEA. Órgão colegiado executivo, deliberativo, responsável por aprovar o direcionamento estratégico e acompanhar o desempenho da empresa, deliberar sobre as demais matérias de sua competência e exercer as funções de controle que lhes são pertinentes.

Imagem: como as partes interessadas interpretam e percebem a empresa em um determinado momento.



Índice de reputação: Mede o grau de confiança, admiração, respeito e estima por uma empresa. Realizado, preferencialmente, junto à sociedade, integrantes e influenciadores estratégicos.

Marca: conjunto de atributos, símbolos e identidade de uma empresa; é o que a identifica e diferencia.

Maturidade do Plano de Comunicação: Matriz aplicada para acompanhar a estratégia e a performance em comunicação.

Partes interessadas: clientes, acionistas, integrantes, usuários, sócios, credores, fornecedores, parceiros externos, prestadores de serviço, comunidades de entorno, autoridades, mídia, formadores de opinião, lideranças empresariais, entidades de classe, ONGs, governos e agentes regulatórios e financiadores que podem afetar ou ser afetados pelas atividades, objetivos ou políticas da FORESEA.

Programa de Ação (PA): documento que explicita as responsabilidades do integrante em um determinado período, cujo foco são os resultados esperados do trabalho de cada um e não as tarefas que deve realizar. Nele estão também a delegação que recebe e os compromissos que assume.

Qualidade de exposição na mídia: Avalia a exposição da marca da FORESEA na mídia (TV, jornais, rádios e web) e mídias sociais.

Reputação: percepção que as diversas partes interessadas têm sobre a empresa, considerando seu conhecimento, expectativa e experiências acumuladas. É o vínculo emocional e racional que promove a predisposição favorável ou desfavorável em relação à empresa. Crédito de confiança, admiração e respeito acumulados ao longo dos anos.

Reputação positiva: transmite confiança, influencia na percepção de valor, estimula a competitividade e gera oportunidade para novos negócios.

Riscos de imagem: Eventos que podem comprometer a confiança das partes interessadas em relação à capacidade da FORESEA em cumprir os seus compromissos, princípios, conceitos e valores, e de atuar com ética, integridade e transparência.

Sociedade civil: conjunto das organizações voluntárias que servem como mecanismos de articulação de uma sociedade.

VP: Vice-Presidente da empresa.

4 DESCRIÇÃO

4.1 Por uma Comunicação transparente e estratégica

A cultura organizacional da FORESEA é orientada por uma filosofia humanista, focada em valores e na força das pessoas, cuja essência se complementa ao compromisso de gerar riquezas, com ética, integridade e transparência, para todas as partes interessadas. A nossa forma de nos relacionar e comunicar segue estes mesmos princípios.



Para nós da FORESEA, a comunicação é estratégica, pois é por meio dela que somos percebidos. A comunicação é fundamental para estabelecer relações de confiança, influenciar e ser influenciado, mobilizar forças e construir ou consolidar uma reputação positiva. Para tanto, nossa comunicação é honesta, acurada e consistente. Sobreviver, Crescer e Perpetuar são fundamentos de nossa cultura que pressupõem sermos responsáveis com o direito à vida das futuras gerações, assegurando a elas condições melhores das que recebemos de gerações que nos antecederam. Por meio da comunicação e do relacionamento com partes interessadas, tornamos comuns conhecimentos, informações e aspirações, indispensáveis para que consigamos satisfazer os clientes e os acionistas, produzir riqueza e beneficiar a sociedade.

Para que a FORESEA seja reconhecida e admirada, precisamos ter visibilidade, atuamos de forma transparente e estamos conectados, convivendo em sintonia com a sociedade.

Atuar de forma transparente é:

- Dialogar com o integrante e demais partes interessadas;
- Comunicar práticas e atitudes;
- Prestar conta dos compromissos;
- Divulgar resultados;
- Ser sincero em todas as relações;
- Assumir erros;
- Compartilhar conhecimentos.

4.2 O papel do integrante na comunicação

Temos convicção de que a construção, a preservação e o fortalecimento de uma reputação positiva para a FORESEA são uma missão desafiadora e valiosa, que conta com cada um de nós, integrantes, como protagonistas:

- Assumimos com as nossas atitudes e o nosso comportamento a responsabilidade individual e indelegável de contribuir para a construção e consolidação da imagem e da reputação positiva da FORESEA;
 - ✓ Imagem e Reputação são construídas de fora para dentro.
 - ✓ Marca é construída de dentro para fora.
- Agimos com integridade e contribuimos para a criação de um ambiente de confiança nas relações com cada parte interessada;
- Somos comprometidos com a transparência e transmitimos clareza, objetividade e convicção para gerar a compreensão externa sobre quem somos e sobre a construção do nosso futuro;
e



- Preservamos a segurança empresarial das informações sensíveis e relevantes às quais temos acesso, não as expondo a terceiros por meio de contatos pessoais ou disseminação em redes sociais; respeitamos os porta-vozes definidos e a estratégia de divulgação conduzida pelo Responsável por Comunicação na FORESEA e sua equipe, em alinhamento com o VP Controladoria e Administração, que lidera a área de Comunicação.
- ✓ Exemplos de assuntos para preservar a segurança empresarial:
 - Estratégia de atuação;
 - Informações e negociações comerciais;
 - Propriedade intelectual;
 - Tratativas jurídicas.

4.3 Nossa Identidade

A marca da FORESEA tem identidade única, fortalecida pela cultura, pela diversidade dos integrantes, por nossos comportamentos alinhados aos nossos princípios e pelos serviços de qualidade que entregamos à sociedade.

Nossa identidade está em todas as nossas expressões, como na logomarca, linguagem, conteúdo editorial, website, patrocínios e ações sociais, assim como também em nossa cultura e em nossas políticas, diretrizes e práticas corporativas e no relacionamento com as partes interessadas.

Para que nossa identidade seja bem representada, norteie o discurso institucional e oriente o conteúdo de todas as ações de comunicação adotamos uma Plataforma da Marca, que é composta pela logomarca, conceito criativo, propósito, personalidade, posicionamento, público e valores (perspectiva interna).

4.4 Como nos comunicamos

Para assegurarmos que a nossa comunicação seja transparente, efetiva e responda às necessidades de informação de todas as partes interessadas, estabelecemos um conjunto de premissas:

4.4.1 Ética, integridade e transparência

Por meio de atitudes e comportamentos, e pela prática da cultura, das políticas e das demais documentações orientadoras da FORESEA, demonstramos, interna e externamente, que estamos convictos e comprometidos com a atuação ética, íntegra e transparente.

Ações que evidenciam essa prática fortalecem a reputação positiva da FORESEA, bem como seu papel na sociedade.



4.4.2 Capacidade de Dialogar

A capacidade de dialogar é exercitada permanentemente por líderes e liderados. Priorizamos a comunicação e o diálogo pessoal que possibilitam a interação, a troca de ideias e a busca de alinhamento de forma clara, transparente, precisa e aberta para influenciar, e com disposição para também sermos influenciados.

- Temos o compromisso de influenciar e disposição para sermos influenciados, na busca do que é o certo;
- Escutamos com atenção;
- Falamos e escrevemos de forma respeitosa, clara, transparente e precisa;
- Facilitamos a troca de ideias e a busca de alinhamento com todos os envolvidos;
- Recebemos e fornecemos contribuições francas e construtivas;
- Temos tom de voz, postura e gestos que criam empatia;
- Focamos na solução.

4.4.3 Porta Vozes

Temos porta-vozes designados e capacitados para representar a empresa institucionalmente. Apenas os porta-vozes têm autorização e legitimidade para falar em nome da FORESEA em entrevistas e audiências com a mídia, agentes públicos e entidades.

Ainda assim, o contato com a mídia sempre é coordenado e acompanhado pelo Responsável por Comunicação na FORESEA ou integrante da sua equipe.

Caso sejamos contatados pela mídia, devemos procurar o líder e o Responsável por Comunicação na FORESEA para que seja dado o encaminhamento adequado ao assunto.

Com exceção dos porta-vozes designados, nós, como integrantes, não temos delegação para responder à mídia em nome da FORESEA.

4.4.4 Estilo e linguagem

Nossa forma preferencial de comunicação é a verbal, que deve ser objetiva, direta, construtiva e empática. A comunicação escrita, utilizada para complementar a verbal, é respeitosa, clara, simples, objetiva, precisa, leve e fluida.

4.4.5 Canais

Damos transparência efetiva e em caráter formal e institucional às nossas ações em múltiplos canais e veículos, respeitando as características de linguagem e perfil de cada um. Temos presença ativa nas mídias sociais, estabelecendo uma comunicação de via dupla.



Cabe ao Responsável por Comunicação na FORESEA a definição dos canais em que estamos presentes e do conteúdo a ser divulgado, bem como a adoção de plano de mídia coerente com o momento da empresa.

No uso pessoal de mídias sociais, distinguimos opiniões próprias do posicionamento da empresa, preservamos temas confidenciais e a reputação da FORESEA.

4.4.6 Idioma

O Português é a língua oficial da FORESEA, sendo que reconhecemos a rica diversidade linguística dentro da empresa. Neste sentido, comunicações institucionais, internas e externas são divulgadas também em inglês.

4.4.7 Memória Empresarial

Preservamos o patrimônio histórico da FORESEA, com objetivo de perpetuar a memória empresarial e valorizar nossa história e cultura. Para isso, mantemos nosso acervo de informações atualizado e garantimos que seu conteúdo esteja disponível para consulta.

4.4.8 Indicadores

A comunicação é eficiente quando (i) está alinhada à estratégia de marca; (ii) fortalece o relacionamento com as partes interessadas; (iii) promove visibilidade positiva; e (iv) contribui diretamente para impulsionar a reputação positiva.

Estimulamos que toda ação de comunicação tenha sua eficácia mensurada, com avaliações prévias e posteriores, de forma isolada (ação a ação) e conjunta (contribuição para a reputação). A aferição de resultados pode ser feita com o uso de ferramentas de monitoramento de mídias e/ou por meio de pesquisas de opinião, encomendadas com escopo específico.

Institucionalmente, são acompanhados periodicamente, via CA-FORESEA:

- indicadores que mensuram a qualidade da exposição na mídia;
- a reputação interna e externa; e
- a maturidade do plano de comunicação.

4.5 Relacionamento com as partes interessadas

Para conquistarmos confiança, empatia, respeito e admiração, fundamentais para uma boa reputação, buscamos diálogos qualificados com todas as partes interessadas com as quais nos relacionamos.

Estimulamos permanente relacionamento da FORESEA com partes interessadas para garantir a transparência, troca de conhecimento, prestação de contas e avaliação de nossas iniciativas.



Além disso, a FORESEA implementa um plano estratégico de relacionamento específico com as partes interessadas correspondentes, incluindo a(s) prioridade(s) e meta(s) nos Programas de Ação (PAs) dos líderes, para efeito de acompanhamento e avaliação.

O relacionamento com algumas de nossas partes interessadas é pautado nas orientações a seguir.

4.5.1 Integrantes

- A nossa comunicação se inicia sempre por nós, integrantes. Somos nós que nos relacionamos com as demais partes interessadas, dentro e fora de nossas atividades profissionais. É fundamental, portanto, que sejamos os primeiros a saber das informações relevantes da FORESEA e de seus negócios, preferencialmente por meio de diálogo aberto com os líderes.
- Os canais de comunicação interna, gerenciados pelo Responsável por Comunicação na FORESEA e equipe, são instrumentos complementares para que a estratégia da empresa, as informações sobre temas transversais, fatos relevantes e decisões empresariais sejam rapidamente transmitidas.
- A comunicação interna contribui para disseminar e estimular conceitos e práticas da cultura, promover um ambiente de trabalho positivo e gerar engajamento com os objetivos, metas e com o propósito da FORESEA, de forma a reforçar o orgulho de pertencer.

4.5.2 Sociedade

A comunicação é tratada com prioridade e de forma estratégica para a sociedade em geral, pois é a partir dela que a reputação da FORESEA é formada.

Construímos uma relação transparente com a sociedade por meio, mas não apenas, do diálogo constante com a mídia e formadores de opinião. Para isso, temos disciplina para comunicar com clareza e de forma oportuna as informações relevantes da FORESEA que são de interesse da sociedade.

4.5.3 Clientes

- Nossos negócios satisfazem clientes por meio de serviços eficientes e de qualidade.
- Mantemos com nossos clientes um canal de comunicação aberto e transparente, sempre com o objetivo de atender com integridade às suas demandas e necessidades.

4.5.4 Agentes Públicos

- Nosso relacionamento com agentes públicos, com seus representantes e agentes reguladores, em diversos âmbitos e esferas de atuação, se dá de forma ética e transparente, em estrito cumprimento aos requisitos legais, à Política sobre o Sistema de Conformidade e às diretrizes específicas de Conformidade.



4.5.5 Entidades da sociedade civil e academia

A nossa interação com entidades da sociedade civil e com academia ocorre como resultado da convergência e interesses e compromissos comuns, cujo objetivo principal é a troca de experiências e aprendizados. Esse relacionamento permite promover iniciativas conjuntas em benefício da sociedade, compreender tendências e ampliar o acesso a novas tecnologias.

4.5.6 Entidades de classe

Acreditamos que a representação setorial, por meio da participação ativa nas entidades de classes, é uma forma de nos relacionarmos com interesses legítimos. Trata-se de um importante instrumento para alavancar a competitividade, contribuir com o desenvolvimento sustentável e melhorar o ambiente de negócios.

Cabe ao Presidente e Vice-presidentes da FORESEA a identificação das associações e entidades de classe parceiras que tenham objetivos coerentes com a estratégia e o propósito da nossa empresa, e a criação de um plano de ação e de relacionamento adequado ao perfil da entidade. Critérios como reputação, segmentos de atuação e reconhecimento por instituições reguladoras são considerados para a tomada de decisão em relação às entidades com as quais a FORESEA se relaciona.

4.5.7 Fornecedores e Prestadores de Serviço

Nossos fornecedores e prestadores de serviço são verdadeiros parceiros e atuam como importantes atores na formação da reputação da FORESEA.

Estamos abertos ao diálogo e, com transparência e proximidade, mantendo-os capacitados e alinhados com nossas Políticas e informados sobre nossos compromissos, operações, objetivos empresariais e prioridades.

4.5.8 Mídia

- A mídia exerce papel influente na formação da opinião pública e na divulgação das informações sobre o mundo, inclusive do ambiente corporativo. Por isso, promovemos o contato permanente e um relacionamento transparente, respeitoso e confiável.
- Buscamos ser sempre proativos na difusão de informações relevantes sobre a FORESEA.
- Antecipamos possíveis acontecimentos que possam ter uma exposição que impacte a reputação da FORESEA.
- Somos solícitos no atendimento às demandas, sem distinção ou discriminação de assuntos e tipos de veículos, sejam eles, digitais ou convencionais.
- Atendemos às demandas da mídia, de forma a:
 - prestar informações;



- conceder entrevistas;
- participar de debates ou discussões; e
- preservar a ética e a integridade nas decisões e atitudes, e assegurar a transparência dos dados divulgados.

4.5.9 Mercado Financeiro

- O relacionamento com as instituições financeiras pressupõe reciprocidade, assertividade e transparência. Nossa postura nos garante credibilidade e relações duradouras.
- O VP Finanças e Investimentos e sua equipe detêm o relacionamento contínuo e transparente com os bancos e com os demais agentes do mercado de capitais.

4.6 Gestão de Crise de Imagem

A crise de imagem é um conjunto de eventos que aumentam a exposição negativa e atingem o nosso principal ativo de imagem: a reputação.

Evitar uma crise depende da identificação antecipada dos riscos inerentes às nossas atividades que têm potencial de geração de exposição negativa de imagem. É papel dos líderes e suas equipes, com o apoio do Responsável por Comunicação na FORESEA, a identificação dos riscos de imagem. Ter um mapeamento de riscos atualizado e cumprir as orientações das políticas e diretrizes nos ajudam a proteger a reputação da FORESEA..

O Responsável por Comunicação na FORESEA e equipe gerenciam crises de imagem nas seguintes circunstâncias:

- quando forem fatos originários na FORESEA ou nas sociedades e parcerias das quais participamos;
- quando houver ocorrência de crise nos negócios com impacto potencial na marca da FORESEA; e
- quando envolver fatos relacionados a segurança de nossos integrantes ou ativos.

As crises são evitadas sempre que possível, e mitigadas, gerenciadas e comunicadas quando inevitáveis. No caso de crise, devemos entender o fato gerador para o encaminhamento adequado das ações e o desfecho esperado. Temos procedimentos, capacitação com simulações e responsabilidades definidas para tratar situações de crise.

4.7 Muito além das palavras

Comunicar de forma transparente e estratégica não é simples, requer criatividade e inovação e é responsabilidade de cada um de nós.



A comunicação vai muito além das palavras escritas, faladas ou das imagens. Ela está nos gestos, nos sinais, nos exemplos, nas curtidas e nos compartilhamentos, nas atitudes, na capacidade de dialogar influenciando e sendo influenciado, na capacidade de ouvir e no tom de voz. A comunicação está presente na própria marca da FORESEA.

4.8 Disposições Gerais

Se houver dúvida sobre o conteúdo da Política sobre Comunicação, o integrante não pode se omitir e deve procurar esclarecimento por intermédio de seu líder direto ou, se necessário, por intermédio da equipe de Comunicação da FORESEA.

4.9 Ciência e Certificação

Todos os integrantes da FORESEA e demais públicos de abrangência deste documento deverão ter ciência desta Política sobre Comunicação em, no máximo, 90 dias após a data de sua aprovação.

5 RESPONSABILIDADES

As atribuições e responsabilidades estão descritas ao longo desta Política.

6 DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA

- Política sobre o Sistema de Conformidade.

7 MAPAS DE REFERÊNCIA

NA

8 ANEXOS

NA