

PROGRAMA DE INTEGRIDADE LAN EMPREENDIMENTOS E CONSTRUÇÕES EIRELI	POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO	Classificação do documento: interno
		Revisão: 01
		Data de aprovação: 11/12/2020
		N. de páginas: 05

1. OBJETIVOS:

Promover a comunicação integrada entre a **LAN Construções** e seus públicos de relacionamento, de forma alinhada, coordenada, clara e respeitosa, tendo como base as diretrizes do Planejamento Estratégico, com o objetivo de ampliar a percepção da marca e a reputação corporativa.

2. VALORES GERAIS:

- Ética.
- Comprometimento e respeito ao ser humano.
- Valorização e motivação das equipes de trabalho.
- Promoção da equidade de gênero e do respeito à diversidade.
- Transparência assegurada a todos os públicos.
- Fortalecimento da cultura empresarial.
- Capacitação, criatividade e inovação tecnológica.
- Eficiência e eficácia administrativa.
- Conformidade legal.

VALORES ESPECÍFICOS:

- Aproximar as pessoas criando espaços de convivência;
- Agir com integridade e responsabilidade social e ambiental;
- Produzir visando resultados de alta qualidade, duradouros e sustentáveis;
- respirar, refletir e só então agir com respeito e integridade.
- Gosto por desafios
- Transparência nos processos.
- Orgulho de trabalhar na **LAN Construções**.
- Equidade de Gênero e Raça.
- Compromisso com resultados.
- Competência técnica.

- Confiança e credibilidade.
- Confidencialidade e segurança das informações.

3. DIRETRIZES

As diretrizes apontam os caminhos que devem orientar os procedimentos de comunicação, em conformidade com os objetivos estratégicos da **LAN Construções**, evitando-se, assim, a duplicidade de esforços, bem como o desperdício de recursos, e consolidando-se a missão e os valores perante os diversos públicos.

- **Credibilidade** - desenvolver ações de comunicação que preservem e garantam a credibilidade da **LAN Construções** perante seus públicos;
- **Otimização** - identificar as ações e campanhas que possam ser veiculadas conjuntamente, otimizando esforços e recursos.
- **Democratização** - fomentar estratégias e ações de comunicação integrada que garantam para todos o conhecimento e o acesso à informação;
- **Planejamento** - registrar, por meio de planos de ação, os procedimentos e atividades que sustentarão, na prática, o processo de comunicação;
- **Monitoramento** - desenvolver indicadores de comunicação e relatórios de desempenho que sirvam para avaliar os procedimentos e atividades que sustentarão, na prática, o processo de comunicação integrada e gestão de crises.

4. PROCESSO

A comunicação da **LAN Construções** é formada pelos processos listados a seguir, os quais se referem ao fluxo de trabalho:

- Gestão da Comunicação
- Gestão de Conteúdo
- Gestão de Crise
- Comunicação Interna
- Relação com a Imprensa
- Comunicação Institucional
- Comunicação com a Comunidade

5. PROCEDIMENTOS GERAIS

5.1. Comportamento da direção

Garantir a implantação, manutenção, ampliação e agilidade dos fluxos de comunicação entre a Instituição, os colaboradores e a sociedade.

5.2. Comportamento gerencial

Os gestores, em seus mais diversos níveis, respondem pela qualidade e intensidade dos fluxos de comunicação na Instituição, e devem, portanto, participar ativamente da Política de Comunicação Integrada.

5.3. Comportamento das equipes técnicas

Comunicar-se de forma clara, transparente e respeitosamente com os colegas de trabalho observando os procedimentos dos processos e os canais de comunicação ofertados para este fim.

5.4. Conduta para utilização dos Canais de comunicação - público interno:

No tocante à comunicação interna temos dois canais de gerenciamento, monitoramento e definições de tarefas: e-mails corporativos e o Trello. Aplicativos de mensagens instantâneas, como o Whatsapp ou o Telegram devem ser usados apenas para mensagens rápidas. Nos grupos de trabalho é importante observar o que pode, o que deve e como falar e abordar assuntos relativos aos serviços prestados. Existe uma etiqueta de comunicação corporativa que deve ser utilizada sempre que nos comunicarmos dentro e fora da empresa. Lembrando que colaboradores e parceiros são representantes oficiais da **LAN Construções** dentro e fora da empresa e a reputação é um dos maiores patrimônios que uma Empresa tem.

Os colaboradores devem sempre atentar aos quatro componentes da comunicação não-violenta (CNV): 1. observação; 2. sentimento; 3. necessidade e; 4. pedido. Portanto, a comunicação deverá ser utilizada apenas para troca de informações funcionais relativas aos serviços prestados, evitando qualquer tipo de comentário que venha a expor colaboradores/colegas de trabalho. Assim, o canal deve ser utilizado estritamente para:

- Solicitar providências;
- Apresentar informações solicitadas relativas para o bom funcionamento da empresa;
- Troca de documentos relativos aos serviços prestados (incluem-se neste item: fotografias e filmes do andamento da obras ou outros documentos comprobatórios da prestação de serviço).

Para realizar sugestões, opiniões, reclamações ou tirar dúvidas, deve-se usar os canais corretos de comunicação direcionado ao gestor.

Para melhorar a sua comunicação corporativa, acesse o manual de etiqueta de comunicação corporativa da **LAN Construções**.

Vale ressaltar que a má comunicação pode gerar crises desnecessárias dentro do âmbito interno da empresa e punições aos colaboradores que descumprirem com as previsões da Política de Comunicação e do Manual de Etiqueta de Comunicação Corporativa.

6. SANÇÕES

O descumprimento, devidamente apurado e comprovado, de algum dos princípios ou compromissos de conduta expressos nesta Política e/ou no Manual de Etiqueta de Comunicação Corporativa, poderá resultar na adoção de sanções de caráter educativo ou punitivo, sem prejuízo da adoção de medidas administrativas e/ ou judiciais pelas instâncias cabíveis, quando se tratar, ademais, de infrações contratuais e/ou legais.

6.1 PUNIÇÕES POSSÍVEIS

- Advertência verbal;
- Advertência por escrito;
- Suspensão de vínculo contratual;
- Demissão sem justa causa;
- Demissão por justa causa;
- Exclusão do terceiro;
- Rescisão motivada de contratos em caso do envolvimento de Terceiros;
- Ajuizamento de ações judiciais cabíveis.

7. GLOSSÁRIO

Ações Promocionais

Ações desenvolvidas com o objetivo de chamar a atenção sobre o que se quer comunicar (planos, produtos, projetos, programas, situações etc.). Nem sempre envolvem dispêndio financeiro.

Clipping

Atividade de coleta de textos e imagens em veículos de comunicação com o objetivo de monitorar temas de interesse da organização com potencial para afetar seus negócios e sua imagem institucional.

Eventos Patrocinados

Ação promocional, caracterizada pela participação em projetos criados por terceiros, ou produzidos por eles a pedido da organização, mediante aquisição de cotas de patrocínio, que podem ser parciais ou totais.

Eventos Promovidos

Ações promocionais de natureza interna ou externa, realizadas por iniciativa e recursos próprios.

Canais de comunicação

Todos os meios que podem ser utilizados para a comunicação da organização com seus públicos: interno e externo.

Imagem Institucional

É a imagem que as empresas transmitem e pela qual são reconhecidas pelas pessoas de forma inconsciente e emocional. Essas percepções dependem da forma e do conteúdo de suas ações de comunicação interna e externa.

Reputação

Opinião do público em relação a uma empresa. É importante ferramenta de controle da imagem corporativa.