



## **POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO**

### **1. OBJETIVOS:**

Promover a comunicação integrada entre a ABDER com os seus públicos de relacionamento, de forma alinhada, coordenada e sinérgica, tendo como base as diretrizes do Planejamento da ABDER, visando ampliar a percepção da marca e a reputação corporativa.

### **2. VALORES:**

- 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

### **3. DIRETRIZES**

As diretrizes apontam os caminhos que devem orientar os procedimentos de comunicação, em conformidade com os objetivos estratégicos do planejamento da ABDER, 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 ABDER 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;
- Regionalização - oferecer infraestrutura e recursos humanos para fortalecer o papel estratégico dos Associados das várias Unidades da Federação, dentro da rede nacional de disseminação, como canal de divulgação das informações;
- 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.

#### **4. PROCESSO**

A comunicação da ABDER é formada pelos processos listados a seguir, os quais se referem ao fluxo de trabalho

- Gestão da Comunicação
- Gestão de Conteúdo
- 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 ABDER, 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 da área de comunicação**

Atuar como coordenador/ gestor da implementação e manutenção desta Política.

#### **6. 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.

##### **Canais de comunicação**

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

##### **Colaboradores**

São considerados como colaboradores todos os empregados, dirigentes e terceiros a serviço da ABDER.



**ABDER** ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DOS DEPARTAMENTOS ESTADUAIS  
DE ESTRADAS DE RODAGEM

### **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.

### **Grupos de Trabalho**

Grupos de Trabalho instituídos pela Assembleia Geral ou pela Diretoria da ABDER compostos por pessoas indicadas pelos Associados, (sendo um titular e outro suplente), para participar das discussões, atender os assuntos e aspectos específicos de temas da área rodoviária ou afins.

### **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.

### **Representantes Regionais**

Pessoa designada pela Assembleia Geral para representar regionalmente a Presidência / Diretoria da ABDER, com o fim específico de difundir e propagar as diretrizes estatutárias e regimentais.

### **Reputação**

Opinião do público em relação a ABDER ou de outras empresas/instituições ligadas a ela direta ou indiretamente. É importante ferramenta de controle da imagem corporativa.

Aprovada na 1ª. Assembleia Geral Extraordinária de 2024, realizada no dia 08/04/2024, em Palmas/TO.