



POLÍTICA DE
COMUNICAÇÃO
MGC HOLDING

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO MGC HOLDING

- I. OBJETIVOS GERAIS DA COMUNICAÇÃO**
- II. PÚBLICOS DE INTERESSE**
- III. RELACIONAMENTO COM OS PÚBLICOS DE INTERESSE**
- IV. DIRETRIZES**
- V. COORDENAÇÃO DA POLÍTICA E DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO**
- VI. PORTA-VOZES E TEMAS ASSOCIADOS**
- VII. CANAIS E INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO E DE RELACIONAMENTO**
- VIII. DISPOSIÇÕES FINAIS**

I. OBJETIVOS GERAIS DA COMUNICAÇÃO

1) Objetivos Gerais

- Estabelecer normas e procedimentos que disciplinem o relacionamento da MGC Holding com os seus públicos de interesse, interno e externo;
- Promover, consolidar e valorizar a imagem institucional da MGC Holding perante seus públicos de interesse;
- Zelar pela integridade e pela preservação da identidade corporativa e da marca MGC Holding;
- Sensibilizar o público interno sobre a importância da comunicação como ferramenta estratégica de gestão e de seu papel no processo de fortalecimento e de preservação da marca;
- Criar e consolidar a cultura de comunicação, baseada em políticas institucionais, no planejamento estratégico e no cumprimento da missão institucional;
- Dar visibilidade à qualidade dos serviços prestados pela MGC Holding à sociedade.

2) Objetivos Específicos

Para o público interno:

- a) Conscientizar o público interno de que a comunicação eficaz e seu impacto na imagem institucional é responsabilidade de todos;
- b) Definir critérios gerais e orientações sobre padrões e procedimentos, qualificação da informação, formato e apresentação das comunicações; e
- c) Estabelecer canais de comunicação internos que favoreçam o fluxo de informações e a troca de conhecimento.

Para o público externo:

- a) Fortalecer a interação com seus públicos de interesse (parceiros de negócio);
- b) Adequar os canais de comunicação e a linguagem às necessidades e às expectativas de seus públicos de interesse;
- c) Estabelecer diretrizes internas de relacionamento com os meios de comunicação, inclusive em contextos de crise; e
- d) Ampliar o conhecimento dos públicos de interesse sobre a MGC Holding e sua atuação.

II. PÚBLICOS DE INTERESSE

Segmentação do Público

Público Interno: dirigentes, conselheiros, gestores e colaboradores da MGC Holding; e prestadores de serviços.

Público Externo: instituições; associações e entidades de classe; prestadores e fornecedores de produtos e de serviços; órgãos reguladores e fiscalizadores; outros órgãos governamentais; agentes dos mercados de valores mobiliários e financeiro; e sociedade em geral; Parceiros e formadores de opinião: imprensa (grande mídia e mídia especializada); áreas de Comunicação do regulador e fiscalizador, das associações e das demais entidades de classe.

III. RELACIONAMENTO COM OS PÚBLICOS DE INTERESSE

1) Público Interno

- a) As informações sobre reuniões, participações em eventos e em grupos de trabalho internos e externos deverão ser compartilhadas pelos canais de comunicação interna;
- b) Sempre que possível, os colaboradores devem ser informados, em primeira mão, sobre atos e decisões da alta administração objeto de divulgação aos demais públicos;
- c) A comunicação interna não deve se limitar aos canais formais de interação ou de relacionamento, como intranet, boletins e portais, mas incorporar processos informais, disponibilizando espaços e momentos de interação.

2) Público Externo

- a) A comunicação deve ser transparente e proativa, visando aproximar a MGC Holding de seus públicos de interesse;
- b) Todos os colaboradores devem estar empenhados em ouvir e trabalhar para atender às expectativas dos diversos públicos.

3) Parceiros e formadores de opinião

- a) O relacionamento com a imprensa e com os veículos de comunicação deve contribuir para fortalecer a credibilidade da MGC Holding, por meio da oferta de informações com transparência, prontidão e consistência;
- b) O contato com jornalistas deve ser feito, prioritariamente, pela Assessoria de Imprensa da MGC Holding, responsável pelo relacionamento com a imprensa e pelas informações divulgadas pela MGC para este público.

IV. DIRETRIZES

A comunicação corporativa da MGC Holding deve atender às necessidades de transmissão e trocas de mensagens para todos os seus públicos de interesse, de acordo com as diretrizes:

- Prestar informações de maneira clara, tempestiva e com qualidade.

- Respeitar a privacidade de seus públicos de interesse, especialmente em relação aos dados dos clientes, observando-se o disposto na legislação aplicável (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Lei 13.709, de 14 de agosto de 2018 e alterações posteriores).
- Primar por um relacionamento transparente e profissional com a imprensa, demais mídias e com o público em geral atendendo as demandas externas de comunicação com agilidade.
- Atender prontamente as solicitações de informação, esclarecimento ou entrevista da imprensa por meio de porta-vozes. A lista de porta-vozes deve estar sempre atualizada e a área de Comunicação deve assegurar o treinamento de media training para os porta vozes da MGC Holding.
- Cuidar para que informações confidenciais ou mensagens enganosas, fictícias e mal-intencionadas não sejam veiculadas ou reproduzidas na imprensa ou qualquer outro tipo de mídia.
- Zelar pela propriedade intelectual da marca MGC Holding e das marcas das empresas da Holding.
- Firmar e manter atualizados canais de relacionamento com todos os públicos de interesse.
- Negar ofertas de matérias pagas ou acordos por permutas de propaganda por espaço editorial na mídia nacional ou estrangeira.
- Observar e seguir as Políticas da MGC Holding relacionadas à LGPD.
- Sempre que necessário, submeter o material para orientação e aprovação prévia da área Jurídica da MGC Holding.

A realização de ações de comunicação isoladas (como criação folder, publicidade, realização de eventos, apresentação, etc) não será permitida sem a articulação e aprovação da área de Comunicação.

V. COORDENAÇÃO DA POLÍTICA E DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

A área de Comunicação é responsável por coordenar a execução desta Política e do Plano de Ação de AI (assessoria de imprensa) além de outras ações de comunicação da MGC Holding, cabendo-lhes:

- Planejar, monitorar e avaliar as ações estratégicas de comunicação;
- Coordenar as ações de relacionamento com os públicos de interesse;
- Propor a revisão anual do plano de ação de AI da MGC Holding, considerando os objetivos específicos, os veículos e os públicos de interesse;
- Coordenar a criação de peças de identidade visual e demais materiais promocionais;
- Apoiar as demais áreas no desenvolvimento de ações de comunicação;
- Produzir conteúdo jornalístico para a imprensa, quando necessário;
- Utilizar os meios de comunicação para estimular o relacionamento entre a MGC Holding e seus parceiros;
- Orientar, avaliar e aprovar a aplicação das marcas das empresas da MGC Holding em peças de comunicação, sejam elas produzidas internamente, por fornecedores ou por instituições parceiras.

VI. PORTA-VOZES E TEMAS ASSOCIADOS

São porta-vozes da MGC Holding os membros do Comitê Executivo.

A depender do assunto, da pertinência e da necessidade, o Comitê Executivo indicará outros membros da Diretoria Executiva, do corpo gerencial ou do corpo técnico para falar em nome da MGC Holding.

Colaboradores da MGC Holding não estão autorizados a representá-la nem a emitir opinião em eventos, entrevistas ou matérias jornalísticas sobre assuntos do seu trabalho, a menos que previamente autorizados pelo Comitê Executivo ou pela área de Comunicação.

A publicação de artigo que cite a MGC Holding e suas empresas/marcas, escrito por integrante do corpo funcional ou gerencial, deve ser previamente submetido à área de Comunicação para aprovação, com posterior envio de cópia ao Comitê Executivo.

Apenas informações públicas podem ser usadas na elaboração de trabalhos acadêmicos e de artigos, observando-se que a utilização de qualquer informação não disponível ao público ficará condicionada à prévia autorização do Comitê Executivo e da área de Comunicação

A publicação de textos ou de imagens nos perfis pessoais dos colaboradores em mídias sociais não deve conter informação de caráter reservado. Quando tratar de temas relacionados à MGC Holding, o colaborador deve deixar claro que se trata de opinião particular. Para isso, a MGC tem o Manual de boas práticas nas redes sociais, acessível aos colaboradores.

Gestão de Crise de Imagem

Na área de Comunicação, a imagem da empresa é considerada o seu grande patrimônio, um valor intangível que vai muito além dos produtos ou dos serviços que ela oferece no mercado. É necessário planejamento adequado, não apenas para administrar a eventual ocorrência de crise, mas sobretudo para impedir que ela se manifeste, prevenindo possíveis problemas e se antecipando a questões que possam gerar conflitos.

A comunicação desempenha papel fundamental para mitigar o impacto de uma crise, dando condições para que ela seja superada.

VII. CANAIS E INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO E DE RELACIONAMENTO

Um dos ativos mais relevantes de uma organização é a forma como ela se relaciona com os seus públicos de interesse. A MGC Holding possui canais de comunicação para divulgar aos seus públicos de interesse as decisões e as ações institucionais, os quais também atuam para fortalecer e consolidar a imagem institucional.

Os principais canais e instrumentos de comunicação são:

- E-mail – utilizado para realização de campanhas internas, divulgação de notícias e de eventos e envio de mensagens em datas comemorativas, constituindo uma das ferramentas mais utilizadas na comunicação interna;
- LinkedIn e Instagram – principais veículos de comunicação da MGC Holding, em que são divulgadas ações, notícias e informações de interesse dos públicos com os quais a Holding quer interagir;
-
- E-mail marketing – utilizado para distribuição de conteúdo segmentado por públicos de interesse;
- Mídias sociais (YouTube) – utilizado para divulgar os conteúdos de vídeos do LinkedIn e, também, conteúdos que a MGC Holding venha a produzir, promover ou organizar (exemplo: Lives, Workshops, etc)
- Intranet – canal no qual são disponibilizadas informações e orientações relevantes para o dia a dia da MGC Holding;
- Clipping – acompanhamento diário de notícias que saem nos principais veículos de interesse da MGC Holding, e

- Demais canais – conforme a necessidade ou o surgimento de novas tendências.

Posicionamento nas redes sociais

A MGC Holding preza por um relacionamento com os públicos, nas redes sociais, marcado pelo diálogo, e não apenas pela divulgação de conteúdo; e

A MGC Holding não tolera nenhuma forma de opinião com conteúdo discriminatório em relação a raça, cor, sexo, orientação sexual, deficiência, classe ou idade, pautando-se por esse critério na sua presença nas redes sociais.

Atualização da Política de Comunicação

Esta Política deve ser atualizada sempre que necessário, considerando tratar-se de um documento dinâmico, aderente às estratégias de negócio, aos preceitos e aos valores da MGC Holding, aos interesses dos participantes e assistidos e aos movimentos da sociedade, presentes as demandas geradas pela evolução tecnológica nos processos de comunicação, com vistas a consolidar a imagem e a reputação da MGC Holding.

VIII. DISPOSIÇÕES FINAIS

A Política de Comunicação MGC Holding deve ser atualizada constantemente, de modo a incorporar as mudanças que venham a ocorrer nos objetivos estratégicos das empresas da MGC Holding e nas demandas de seus públicos de interesse.

Para o cumprimento das diretrizes desta Política, será elaborado o Plano de ações de AI, que contará com a orientação da área Jurídica da MGC Holding, sempre necessário.

Outubro de 2021