

Transul Transporte

# POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO



**Transul**  
TRANSPORTE



## 1. INTRODUÇÃO

A Transul entende que a **Comunicação Interna e Externa** contribui para o fortalecimento dos ativos intangíveis da empresa, cabendo a ela as funções de **informar, motivar e engajar** todos os colaboradores com os nossos valores e objetivos definidos.

Com base nisso, a TranSul estabeleceu sua política de comunicação, bem como os canais para compartilhamento de informações, pautados pela transparência e ética, entre as equipes de trabalho, em todos os níveis hierárquicos.



## 2. OBJETIVOS

Estabelecer a **confiança** entre a TranSul e os diversos públicos – internos e externos **fortalecendo** sua missão institucional.

- Criar e manter uma comunicação **dinâmica** a fim de gerar motivação e comprometimento com os objetivos da empresa;
- Promover uma melhoria no clima organizacional com a circulação de informações com **transparência** e **confiabilidade**;
- Trabalhar de forma integrada para **potencializar os resultados** da comunicação;
- **Apoiar** as áreas internas no desenvolvimento de ações de comunicação;
- Estabelecer **mecanismos ágeis de comunicação** sempre que fatos relevantes exigirem o posicionamento da empresa;
- Desenvolver e implementar **mecanismos de feedback**, para medir a efetividade da comunicação;
- Tornar a comunicação **clara e acessível** para todos os níveis hierárquicos.



## 2. VALORES E PRINCÍPIOS

- **Verdade e transparência:** A comunicação deve trabalhar com a **verdade e transparência** dos fatos;
- **Clareza:** comunicação deve ser **clara e precisa**, de modo a permitir a compreensão dos fatos e iniciativas relevantes da TranSul;
- **Prontidão e rapidez:** a comunicação deve acompanhar a **velocidade** e a **conectividade** das tecnologias de comunicação e informação;
- **Impessoalidade:** A comunicação será **sempre** impessoal.



### 3. TIPO DE COMUNICAÇÃO

A TranSul **priorizará** os seguintes conteúdos, em seus respectivos canais, na sua comunicação interna:

- **Institucionais:** materiais e campanhas que visam apresentar e posicionar a empresa, em seus conceitos de missão, visão, valores, políticas e processos;
- **Campanhas** de conscientização, incentivo e motivação;
- **Ações de relacionamento:** usada para sensibilizar, aproximar e integrar as pessoas. Ex: workshop de liderança, cafés da manhã, festas de aniversário, feiras e eventos;
- **De motivação:** planos assistenciais, benefícios, saúde, treinamento;
- **Operacionais:** processos tecnológicos, inovações, metodologias de trabalho.

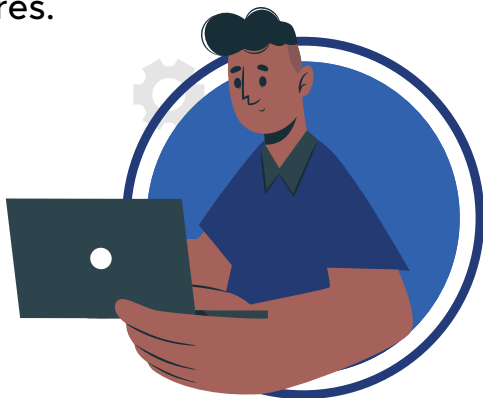


## 4. CANAIS DE COMUNICAÇÃO

A divulgação das iniciativas da TranSul será feita, preferencialmente, por meio do seu portal na **Intranet** (<https://intranet.transultransporte.com.br/>), integrando aqueles que trabalham na matriz e filiais no acesso rápido as informações (Comunicados, Procedimentos internos, notícias da empresa, etc.), de forma transparente e segura.

Outros meios:

- **Website:** nele são divulgados os eventos, as ações e o conhecimento **gerado pela TranSul**, por meio de notícias, notas, fotos, divulgação dos produtos e serviços, apresentações e vídeos;
- **Redes Sociais:** é o meio de **interação** entre pessoas que criam, compartilham, trocam e comentam informações. O relacionamento com os públicos nas redes sociais deve ser pautado pelo **diálogo** e pela **colaboração**, e não apenas pela divulgação de conteúdo;
- **Revista ON-LINE:** trimestralmente será publicado também na intranet da TranSul;
- **Transul News:** quadro informativo, disponibilizado na área de principal acesso dos colaboradores.





## 5. COMPORTAMENTOS E PRINCÍPIOS BÁSICOS

**Comportamento dos colaboradores:** no seu dia a dia, os colaboradores atuam, dentro e fora da organização, como agentes de divulgação. Portanto cabe a eles:

- **Conhecer os objetivos e a missão da TranSul**, assim como suas políticas e procedimentos (<https://intranet.transultransporte.com.br/procedimentos-inter-nos/>) que devem ser fornecidos já no processo de integração que se realiza logo após a admissão;
- **Identificar oportunidades de divulgação** dentro de suas áreas e atividades e encaminhá-las à Área de Marketing e Comunicação;
- **Participar de reuniões da TranSul**, sempre observando os princípios éticos e de respeito.

### Comportamento dos líderes

- Garantir e estimular a **livre circulação de informações**, respeitando princípios éticos e de não discriminação, de modo que todos os colaboradores estejam devidamente informados sobre o que ocorre na TranSul;
- Garantir que os colaboradores tenham abertura para trazer suas **opiniões em reuniões**;
- Garantir a **confidencialidade** das informações restritas;
- Garantir que as **decisões** tomadas em reuniões executivas sejam **compartilhadas** com a equipe;
- **Dar o exemplo** de uma comunicação que observe o respeito entre as pessoas e em relação ao espaço que elas ocupam.





## 6. PAPÉIS E RESPONSABILIDADES

### **Cabe a área de Marketing e Comunicação**

- Cabe à área de Marketing e Comunicação **selecionar, produzir ou editar o material que será divulgado nos meios de comunicação**, sendo de sua responsabilidade a aprovação, quando necessária, com os autores e fontes de informação;
- **Fazer a publicação do conteúdo no canal indicado para o tema**. Caso seja na Intranet deverá encaminhar para o responsável de T.I subir a publicação;
- É responsabilidade do marketing o **trato/direcionamento de todas as interações, respostas, elogios e reclamações do cliente** nas redes sociais.

**A TranSul não tolera** nenhuma forma de opinião com conteúdo discriminatórios em relação a raça, cor, sexo, orientação sexual, qualquer tipo de deficiência, classe ou idade, pautando-se por esse critério para sua presença nas redes sociais.

### **Cabe a Gerencia/Diretoria**

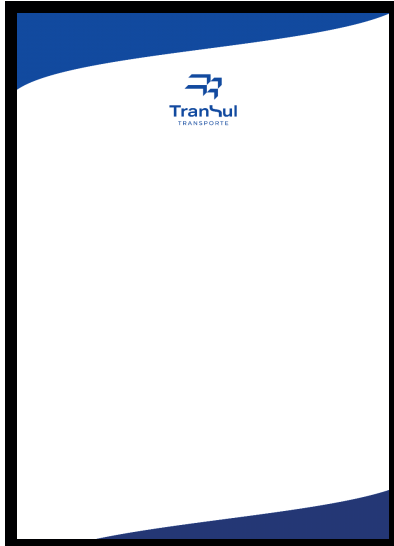
- Enviar os materiais de comunicação para o email: **marketing@transultransporte.com.br** dentro do formato solicitado, conforme tipo de publicação. Ver no anexo modelos para publicação de conteúdo.
- Cabe ao Gestor que criou o comunicado, esclarecer dúvidas a público interno sobre a comunicação publicada.





## 7. ANEXOS

**Anexo I:** modelo de comunicado interno:



**Anexo II:** modelo para postagem nas redes sociais:



### DIVULGAÇÃO NAS REDES SOCIAIS

<b>Responsável pela Informação:</b>	Joana	<b>Data da Solicitação:</b>	
<b>Área:</b>	Recursos Humanos	<b>Data da Solicitação:</b>	26/05/2022
<b>Tema:</b>	Palestra	<b>Canal de publicação:</b>	Instagram
<b>Descrição:</b>	No dia 26/05 tivemos um workshop de liderança, ministrado pela Psicóloga Luciana, que trouxe como O papel do Líder nos novos tempos. O evento contou com a participação dos Gerentes das Filiais: José, João e Maria.		
<b>Fotos:</b>	<b>Fotos:</b>	<b>Fotos:</b>	