

**PLANO**

---

# **COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL**

# INSTITUTO DE PREVIDÊNCIA DOS SERVIDORES DO DISTRITO FEDERAL

---

Governador do Distrito Federal  
Ibaneis Rocha

Vice-Governador do Distrito Federal  
Marcus Vinícius Britto

Presidente do Instituto de Previdência dos Servidores do Distrito Federal  
Ney Ferraz Junior

Diretor Jurídico  
Gustavo de Carvalho Araújo (Interino)

Diretor de Investimentos  
Jefferson Nepomuceno Dutra

Diretor de Administração e Finanças  
Paulo Ricardo Andrade Moita

Diretora de Previdência  
Ledamar Sousa Resende

Diretoria de Governança, Projetos e Compliance  
Raquel Galvão Rodrigues da Silva

Elaboração  
Unidade de Comunicação Social

Diagramação  
Fabíola Gontijo Cardoso  
Rebeca Souza (Estagiária)

# SUMÁRIO

---

Apresentação	4
1. Planejamento de Comunicação no Contexto Atual	5
2. Base Conceitual	6
2.1. Comunicação Organizacional	6
2.2. Comunicação Administrativa	6
2.3. Comunicação Interna	6
2.4. Comunicação Mercadológica	6
2.5. Comunicação Institucional	7
2.6. Comunicação Integrada	7
3. Diagnóstico	8
3.1. Público	8
3.2. Missão, Visão e Valores	8
3.3. Análise Situacional	9
3.4. Atribuições Unidade de Comunicação Social (UCS)	10
3.5. Infraestrutura Necessária	12
4. Objetivos	14
5. Estratégia	15
6. Tática	17
7. Referências	18
8. Apêndice	19

# APRESENTAÇÃO

---

Um plano estratégico de comunicação organizacional tem como premissa estabelecer as grandes diretrizes, orientações e estratégias para a prática da comunicação integrada nas organizações. Este Plano terá como foco a comunicação institucional e como alvo todos os públicos vinculados ao Instituto de Previdência dos Servidores do Distrito Federal (Iprev-DF).

A atuação da Unidade de Comunicação Social (UCS) do Instituto de Previdência dos Servidores do Distrito Federal (Iprev-DF) é estratégica para a consolidação de uma imagem positiva do Instituto e para disseminação de informações que ressaltem a importância da efetividade do Iprev no cumprimento do seu papel perante a sociedade.

Importante destacar que este Plano de Comunicação Institucional 2021 foi elaborado em conformidade com o Planejamento Estratégico Institucional Iprev-DF 2021-2025 e tem por finalidade aperfeiçoar a comunicação interna e externa. Dessa forma, as ações propostas foram analisadas e classificadas conforme sua relevância para o Iprev-DF, observando-se os objetivos estratégicos do Instituto, os objetivos específicos da comunicação institucional e a capacidade operacional da Unidade de Comunicação Social (UCS).

Nesse sentido, cumpre destacar a análise situacional empreendida pela Diretoria de Governança, Projetos e Compliance (DIGOV) que identificou como oportunidade para o Iprev-DF a necessidade de “O4: Estabelecer comunicação efetiva com os beneficiários”; e como fraquezas da instituição “W8: Deficiência na Comunicação Interna” e “W9: Deficiência na comunicação com seu público-alvo (servidores ativos, inativos e pensionistas)”.

Por fim, este Plano de Comunicação Institucional está dividido em oito seções: Planejamento de Comunicação no Contexto Atual; Base Conceitual; Diagnóstico; Objetivos; Estratégia; Tática; Referências; e Apêndice.

# 1. PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO NO CONTEXTO ATUAL

---

Administrativamente, planejamento pode ser conceituado como o processo, administrativo e sistemático para se atingir um determinado objetivo, coordenando a atuação do assunto em questão, para se obter o máximo de resultado com o mínimo dispêndio de recursos humanos e financeiros.(CORRÊA, 2004)

“A atividade de planejar evita que ações das organizações sejam executadas ao acaso, sem qualquer preocupação com a eficiência, eficácia e a efetividade para o alcance dos resultados” (KUNSCH, 2003, p. 216)

Para Shultz e Barnes (2001), a principal vantagem competitiva a ser desenvolvida pelas organizações no século XXI será o valor perceptivo da marca – tanto institucional quanto de produtos. Ao que Lupetti (2009) acrescenta:

*“A valorização da marca como vantagem competitiva e a importância de um trabalho integrado em ações e divulgação – não só para colaboradores da empresa, mas a divulgação integrada de todas as ações, a todos os públicos de interesse da organização – levam a comunicação a uma posição estratégica no planejamento organizacional. Nesse contexto, a comunicação passa a ter a relevância que lhe é devida como ‘comunicação organizacional integrada’, ou simplesmente ‘comunicação integrada.’” (LUPETTI, 2009, p. 12)*

Assim, não se pode descuidar que “o planejamento é importante para as organizações porque permite um redimensionamento contínuo de suas ações presentes e futuras” (KUNSCH, 2003, p. 216). É o planejamento que, conforme enfatiza a autora, possibilita a condução de esforços para objetivos pré-estabelecidos, por meio de uma estratégia adequada e uma aplicação racional dos recursos disponíveis.

Um plano estratégico de comunicação organizacional tem como premissa estabelecer as grandes diretrizes, orientações e estratégias para a prática da comunicação integrada nas organizações.

## 2. BASE CONCEITUAL

---

Diferentes terminologias costumam ser utilizadas para designar o conjunto de conhecimentos relativos aos processos da área de Comunicação. Não raro, o ato ou efeito de comunicar(-se) é qualificado por adjetivos como: social, empresarial, organizacional, corporativa, institucional, mercadológica, ou, por vezes, ao simples reducionismo de considerar tão somente comunicação interna e externa.

Desse modo, apresentamos a seguir a base conceitual necessária à compreensão e estruturação das informações contidas neste Plano de Comunicação Institucional.

### 2.1. COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

Situações de comunicação interpessoal, direta ou indireta, que permeiam as atividades de uma organização. Compreende a comunicação administrativa, a comunicação interna, a comunicação mercadológica e a comunicação institucional.

### 2.2. COMUNICAÇÃO ADMINISTRATIVA

Ocorre dentro da organização e se destina ao exercício das funções administrativas. Tem como objetivos orientar, atualizar e ordenar o fluxo das atividades funcionais.

### 2.3. COMUNICAÇÃO INTERNA

Forma de comunicação entre a instituição e seu público interno. Voltada a todos os colaboradores da instituição, tem como finalidade propiciar meios para promover a integração entre eles, compatibilizando os interesses do corpo funcional aos da instituição.

### 2.4. COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA

De acordo com Lupetti (2009), abrange toda e qualquer forma de comunicação capaz de atingir um objetivo de marketing e dever ser elaborada a partir do quadro sociocultural do consumidor alvo. Tem por fundamento orientar a venda de mercadorias destinadas aos consumidores, num determinado espaço de tempo. Apoia-se basicamente na publicidade comercial e na promoção de vendas e pode, também, utilizar-se das demais atividades de comunicação organizacional.

## 2.5. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

“Conjunto de procedimentos destinados a difundir informações de interesse público sobre políticas, práticas e objetivos de uma instituição, interna e externamente, de modo a tornar compreensíveis e aceitáveis essas proposições”. (FONSECA, 1999, p. 164)

A comunicação institucional, por meio das relações públicas, enfatiza os aspectos relacionados com a missão, a visão, os valores e a filosofia da organização, contribuindo para o seu desenvolvimento (KUNSCH, 2003).

## 2.6. COMUNICAÇÃO INTEGRADA

É parte integrante da gestão estratégica:

*“A comunicação integrada estabelece uma política global, em função da existência de coerência entre programas estabelecidos nas comunicações institucional, administrativa, interna e mercadológica, além de evitar as sobreposições de tarefas. Os quatro programas devem trabalhar de forma conjunta, integrados entre si e com dos demais programas da empresa, tendo em vista os objetivos gerais da organização e, ao mesmo tempo, os objetivos específicos de cada programa”. (LUPETTI, 2009, p. 15-7)*

Este plano terá como foco a comunicação institucional.

## 3. DIAGNÓSTICO

---

O Iprev-DF, nos termos da Lei Complementar nº 769, de 30 de junho de 2008, com as alterações da Lei Complementar nº 932, de 3 de outubro de 2017, é uma autarquia em regime especial, com personalidade jurídica de direito público, dotada de autonomia administrativa, financeira e patrimonial, vinculada à Secretaria de Estado de Economia do Distrito Federal.

O Iprev-DF tem como atribuição principal gerir a política de previdência do Regime Próprio de Previdência Social do Distrito Federal (RPPS-DF), garantindo o pagamento dos benefícios previdenciários atuais e futuros dos segurados e de seus dependentes, de forma participativa, transparente, eficiente e eficaz, dotada de credibilidade e de excelência no atendimento.

### 3.1. PÚBLICO

O público-alvo do Iprev/DF é composto atualmente por 106.735 servidores ativos, 55.205 servidores inativos, 12.361 pensionistas (dados do Painel Estatístico da Secretaria de Economia, MAR/2021) e por toda a sociedade, uma vez que o desempenho do Regime Próprio de Previdência Social – RPPS impacta o resultado das contas públicas.

### 3.2. MISSÃO, VISÃO E VALORES

**Missão** (razão pela qual a organização existe): “Trabalhar para a construção de um futuro previdenciário seguro a seus beneficiários, com menor impacto possível aos contribuintes.”

**Visão** (está relacionada ao futuro, onde a organização quer chegar): “Ser reconhecido, por beneficiários e contribuintes, pela excelência na gestão previdenciária no Distrito Federal.”

**Valores** (expressam as crenças, os atributos ou as convicções da instituição): Ética; Integridade; Comprometimento; Sustentabilidade; e Transparência

### 3.3. ANÁLISE SITUACIONAL

A matriz de análise SWOT – do Inglês Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças) – permite realizar uma avaliação dos ambientes interno e externo da organização ou de determinada atividade. De acordo com análise promovida pela Diretoria de Governança, Compliance e Projetos (DIGOV), foram identificados os seguintes pontos (Processo SEI nº 00413-00003261/2020-36, Id 50147505):

Forças ( <i>Strengths</i> )
S1 Volume de recursos previdenciários sob gestão e crescimento da carteira do Fundo Capitalizado
S2 Juventude institucional - pouco ou nenhum vício de gestão
S3 Equipe de colaboradores comprometida com perspectivas inovadoras de trabalho
S4 Localização da sede de forma centralizada em relação a concentração geográfica dos beneficiários
S5 Segregação de massa
S6 Efetivação como Gestor Único da Previdência do GDF
S7 Fortalecimento do Iprev junto aos outros órgãos do GDF
S8 Efetivação de Plano de Educação Previdenciária
S9 Estrutura física/organizacional adequada

Fraquezas ( <i>Weaknesses</i> )
W1 Obsolescência dos sistemas SIGGO e SIGRH, com fragilidades na base cadastral;
W2 Baixa representatividade como órgão Gestor Previdenciário no GDF;
W3 Inexistência de carreira própria e dependência da gestão dos cargos/funções;
W4 Precariedade na Infraestrutura, mobiliária e TIC;
W5 Baixa execução do Plano de Gestão Imobiliária;
W6 Alta rotatividade de servidores;

Fraquezas ( <i>Weaknesses</i> )
W7 Baixa execução de plano de capacitação e reciclagem profissional e desenvolvimento das competências específicas;
W8 Deficiência na comunicação interna;
W9 Deficiência na comunicação com seu público-alvo (servidores ativos, inativos e pensionistas);
W10 Baixa qualificação dos conselheiros em assuntos de RPPS;
W11 Ausência de transparência na gestão dos imóveis.

Oportunidades ( <i>Opportunities</i> )
O1 Melhoria no relacionamento com os conselhos do IPREV;
O2 Fortalecer a Institucionalização com outros RPPS;
O3 Realização de Concurso Público e implantação da Carreira Previdenciária;
O4 Estabelecer comunicação efetiva com os beneficiários;
O5 Estabelecer cooperações para as políticas previdenciárias e segurança do servidor;
O6 Inserção do Instituto na Transformação Digital do GDF;
O7 Assunção centralizada da concessão, manutenção e gestão de benefícios.

Ameaças (Threats)
T1 Complexidade na consolidação da Assunção Centralizada da Concessão de Benefícios
T2 Rotatividade de governantes / gestores
T3 Lacunas na legislação vigente
T4 Interferência Legislativa do ente federativo
T5 Pouco conhecimento por parte dos órgãos de gestão/controle e fiscalização sobre o Instituto e seus processos de trabalho previdenciários
T6 Pouca interatividade/interlocução com os órgãos de controle e fiscalização

Ameaças (Threats)
T7 Elevada demanda de informações por parte dos órgãos de controle e fiscalização
T8 Instabilidade dos cenários políticos e macroeconômicos e seus impactos no mercado financeiro/gestão dos recursos previdenciários
T9 Atraso nos repasses de Contribuições Previdenciárias e Aportes
T10 Contingenciamento de recursos
T11 Déficit do Fundo Financeiro
T12 Ausência de sistemas modernos para tomadas de decisão

## 3.4. ATRIBUIÇÕES UNIDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (UCS)

O Decreto nº 39.381, de 10 de outubro de 2018, regulamenta as atribuições e competências internas do Iprev-DF, contidas no Regimento Interno aprovado pelo seu Conselho de Administração (CONAD).

À Unidade de Comunicação Social (UCS), unidade orgânica de execução diretamente vinculada ao Diretor-Presidente, compete:

- I. Intermediar o relacionamento entre o Diretor-Presidente do Instituto e a imprensa local, nacional e internacional;
- II. Coordenar as ações de mídia junto aos veículos de comunicação e adotar medida para otimizar os investimentos nesta área;
- III. Coordenar e avaliar periodicamente o desempenho das agências de publicidade contratadas pelo Iprev/DF;
- IV. Coletar, analisar e catalogar dados referentes a veículos de comunicação;
- V. Coordenar e supervisionar a execução de eventos realizados pelo Iprev/DF;
- VI. Confeccionar layout e arte final de peças institucionais e pedagógicas, impressas, eletrônicas e radiofônicas;

- VII. Assistir ao Diretor-Presidente nos assuntos de comunicação social, promovendo a divulgação de atos, ações e eventos de interesse do Instituto;
- VIII. Articular operacionalmente com a imprensa para divulgação de atos, eventos e solenidades de que participe o Diretor-Presidente;
- IX. Realizar o atendimento aos veículos de comunicação;
- X. Exercer as funções de marketing direto, endomarketing e outras técnicas de criação de opiniões favoráveis entre o público interno e externo do órgão, por meio de criação de matérias, boletins internos, jornais e revistas;
- XI. Planejar, criar e produzir campanhas, folders, jornais e outras peças promocionais, juntamente com o órgão responsável pela publicidade institucional do Governo do Distrito Federal;
- XII. Elaborar e distribuir as informações de caráter institucional a serem dirigidas aos meios de comunicação jornais, rádios, televisões, revistas e websites;
- XIII. Coletar e compilar os programas e projetos do Iprev/DF para divulgá-los por meio de uma linha editorial, compreendendo revistas, cadernos e outros materiais impressos e digitais;
- XIV. Produzir, editar e divulgar material fotográfico, assim como manter arquivo de fotografias para atender demandas jornalísticas e/ou publicitárias;
- XV. Elaborar notas oficiais, artigos e esclarecimentos públicos relacionados com as atividades do Iprev/DF;
- XVI. Coletar, organizar e manter arquivos, inclusive em meio magnético, das matérias relativas à atuação e de interesse do Iprev/DF, veiculadas pelos meios de comunicação;
- XVII. Articular com os órgãos centrais de Comunicação do Governo do Distrito Federal sobre trabalhos relativos à produção de material informativo, publicitário e de divulgação, em apoio às ações do Iprev/DF;
- XVIII. Planejar, acompanhar, publicar e atualizar o conteúdo do sítio eletrônico do Instituto, para comunicação virtual, entre o público e o Iprev/DF;
- XIX. Publicar e atualizar, no sítio eletrônico do Instituto, a Política Anual de Investimentos, as informações das APR (Autorização de Aplicação e Resgate), a composição da carteira de investimentos, o processo de credenciamento de instituições e as entidades credenciadas para atuar com o RPPS e demais relatórios sobre investimentos produzidos pela DIRIN;
- XX. Publicar e atualizar, no sítio do Instituto na internet, o Plano Anual de Atividades, o Plano Anual de Comunicação, o Relatório Trimestral de Governança Corporativa, o

Relatório Anual de Atividades, a Prestação de Contas Anual; as atualizações do Plano de Dados Abertos e o Plano de Gestão dos Imóveis destinados por Lei ao Iprev/DF;

XXI. Pesquisar, avaliar e implantar ações e políticas na atividade de Comunicação Social para o Iprev/DF;

XXII. Elaborar e executar o Plano Anual de Comunicação do Iprev/DF e encaminhar à apreciação do Diretor-Presidente;

XXIII. Produzir, no que couber dentro de sua área de atuação, documentos contendo informações que subsidiem a elaboração do Plano Anual de Atividades, dos Relatórios Trimestrais de Atividades, o Relatório Anual de Atividades e a Prestação de Contas Anual;

XXIV. Fornecer informações à Diretoria de Governança, Projetos e Compliance - DIGOV referentes à sua área de atuação, para a elaboração do Relatório Trimestral de Governança Corporativa;

XXV. Implementar, no que couber, ações relativas à cultura e à responsabilidade socioambientais;

XXVI. Publicar e atualizar, no sítio do Iprev/DF na internet, o cronograma de reuniões, contendo datas, horários e os locais das reuniões dos órgãos de deliberação colegiada e do Comitê de Investimentos e Análise de Riscos - CIAR, bem como as respectivas atas de reuniões; e

XXVII. Executar outras atividades que lhe forem atribuídas em sua área de atuação.

## 3.5. INFRAESTRUTURA NECESSÁRIA

O trabalho da UCS se baseia no princípio de que é direito da população ser informada e é dever dos órgãos e entidades públicas informar. No caso do Iprev/DF, a informação deve ser capaz de mostrar o comportamento do Regime Próprio de Previdência Social do Distrito Federal (RPPS-DF) e de permitir ao cidadão avaliar a atuação do Governo do Distrito Federal.

No desempenho de suas atividades, a UCS constata que é cada vez maior a demanda da população por informações. Esse fato decorre não só do crescimento global da audiência e, principalmente, da maior interação entre cidadãos/consumidores proporcionada pelo avanço das tecnologias de comunicação.

Para a promoção de comunicação eficiente e eficaz com os mais diversos públicos de interesse do Iprev-DF, faz-se necessário mobilizar recursos humanos, orçamentários e tecnológicos de modo a evitar o comprometimento da missão institucional.

Atualmente, a equipe da UCS é composta por apenas dois servidores cedidos ao Iprev-DF: um jornalista e uma publicitária; não há previsão de recursos para realização de

atividades de comunicação na Lei Orçamentária Anual (LOA) para o exercício financeiro de 2021; a infraestrutura em tecnologia da informação e de comunicação para realização das atividades é precária; e urge elaborar planos integrativos que prevejam múltiplas ações, de curto, médio e longo prazos e que possam ser executadas a partir de diagnóstico, análise e conhecimento das múltiplas ferramentas de comunicação, de maneira a garantir sua implantação, acompanhamento e mensuração de resultados.

## 4. OBJETIVOS

A atuação da UCS é estratégica para que o Iprev-DF seja reconhecido pela excelência na gestão previdenciária no Distrito Federal. Aprimorar a comunicação interna e externa, conforme previsto no Mapa Estratégico Iprev-DF 2021-2025 (Processo SEI nº 00413-00003261/2020-36, Id 50158513) é contribuir diretamente para a consecução da missão e visão institucionais.

Assim, uma vez fixado o objetivo geral de aprimorar a comunicação interna e externa, temos como objetivos estratégicos específicos: monitorar a aplicação e a efetividade do plano de comunicação; criar mecanismos de melhor comunicação entre as áreas técnicas; disseminar as ações executadas no instituto, que tenham caráter geral; manter ativo e atualizado o canal de comunicação com os beneficiários do RPPS-DF; e disseminar informações aos beneficiários do Iprev-DF.

A tabela abaixo consolida o objetivo geral e os objetivos específicos deste Plano de Comunicação Institucional:

Objetivo Geral	Objetivos Específicos
Aperfeiçoar a comunicação interna e externa	Monitorar a aplicação e a efetividade do plano de comunicação
	Criar mecanismos de melhor comunicação entre as áreas técnicas
	Disseminar as ações executadas no instituto, que tenham caráter geral
	Manter ativo e atualizado o canal de comunicação com os beneficiários do RPPS-DF
	Disseminar informações aos beneficiários do Iprev-DF

## 5. ESTRATÉGIA

---

A estratégia que se coloca para este Plano de Comunicação Institucional visa aprimorar a comunicação interna e externa do Iprev-DF. Conquanto possa ser traduzido em uma única sentença, esse objetivo deve ser compreendido em toda a sua extensão. Vejamos:

I. Há necessidade de elaboração de planos de comunicação integrativos que prevejam múltiplas ações, de curto, médio e longo prazos e que possam ser feitas a partir de diagnóstico, análise e conhecimento das múltiplas ferramentas de comunicação, de maneira a garantir sua implantação, acompanhamento e mensuração de resultados.

II. A elaboração e a execução de um plano integrado de comunicação é atividade complexa que requer assessoramento nas áreas específicas de comunicação administrativa, de comunicação interna e de comunicação institucional.

III. Historicamente, veículos de comunicação de massa apuram, sintetizam e disseminam informações sobre as demandas sociais nas mais variadas áreas de atuação da Administração Pública. Daí a imprescindibilidade de os gestores públicos conhecerem e interpretarem as demandas sociais expostas através da diversidade dos diferentes veículos de comunicação em seus mais diferentes formatos.

IV. Nos últimos anos, a quantidade de veículos de comunicação relevantes foi ampliada com o surgimento de ambientes na internet, ampliando a exigência por monitoramento e análise do conteúdo veiculado. Já as mídias sociais tornaram-se um grande ambiente na web onde circulam informações sobre os mais variados temas e contendo diferentes abordagens sobre as ações, programas e políticas de governo com origem nas mais diferentes fontes de informação.

V. O conteúdo veiculado na imprensa tradicional, na internet e nas mídias sociais precisa ser conhecido pelo gestor público e pelo gestor de comunicação para que tanto o Iprev-DF quanto o Governo do Distrito Federal – GDF consigam entender e atuar em sintonia com as demandas e interesses da sociedade.

VI. O monitoramento de imprensa e de mídias sociais é tarefa especializada. Exige acompanhamento de uma grande multiplicidade de fontes e capacidade de identificação de conteúdo relevante entre a enorme quantidade de informações veiculadas.

VII. A capacitação de porta-vozes é, cada vez mais, um serviço especializado, que prevê o uso de técnicas de preparação de informações, orientações sobre aspectos a serem ressaltados e características de cada mídia, além de preparação para questões específicas para o atendimento às demandas de imprensa em cada assunto e situação.

VIII. Há necessidade de produzir conteúdo suficiente sobre a gestão do RPPS-DF, para atender a demanda cada vez maior da imprensa, da comunidade que utiliza a internet e dos veículos de comunicação do próprio Iprev-DF.

IX. A participação do Iprev-DF nas mídias sociais demanda a produção de conteúdo em diversos formatos (impresso, digital, em áudio e em vídeo) e interação (publicação de posts, monitoramento dos comentários e respostas).

A estratégia, portanto, está posta: **constituir estrutura especializada e habilitada a planejar, monitorar, analisar, produzir conteúdo em diversos formatos, atender as demandas de imprensa, interagir com as mídias sociais e avaliar os resultados das ações de comunicação.**

## 6. TÁTICA

A tática corresponde aos detalhes da estratégia. No caso específico, deve se concentrar no curto prazo e atacar a insuficiência de meios (limitação de recursos humanos, indisponibilidade orçamentária e precariedade da infraestrutura de tecnologia da informação e de comunicação).

A tabela a seguir correlaciona estratégia e táticas propostas para consecução do objetivo de aprimorar a comunicação interna e externa do IprevDF:

Estratégia	Programa	Ação	Meio	Meta	Métrica	Responsáveis	Prazo	
Constituir estrutura especializada e habilitada a planejar, monitorar, analisar, produzir conteúdo em diversos formatos, atender as demandas de imprensa, interagir com as mídias sociais e avaliar os resultados das ações de comunicação	Estruturação	Elaborar Plano de Comunicação	Processo administrativo	Disciplinar procedimentos	Norma publicada	UCS/PRESI	JUN/2021	
		Alocar recursos orçamentários	Lei Orçamentária Anual (LOA)	Destinar recursos para ações de comunicação	R\$	UCS/DIAF/PRESI	JUN/2021	
		Prover recursos tecnológicos	Plano de Aquisições Estruturantes/ Plano Diretor de Tecnologia da Informação e Comunicação (PDTIC)	Dotar a UCS de infraestrutura mínima para produção de conteúdo em diversos formatos	Itens adquiridos/itens demandados	UCS/DIGOV/PRESI/CONAD	JUN/2021	
	Potencialização	Aperfeiçoar comunicação externa	Website	Mídias Sociais	Aumentar o número de acessos	Taxa de utilização	UCS/DIGOV (requisitos Pró-Gestão)/GESPE (comunicação interna)	DEZ/2021
					Desenvolver interação com públicos-alvo	Nº de postagens Nº de seguidores Nº de curtidas compartilhamentos e retweets		DEZ/2021 DEZ/2021 DEZ/2021 DEZ/2021
			e-mail	Estabelecer comunicação direta com aposentados e pensionistas	Taxa de abertura	DEZ/2021		
					Taxa de cliques (CTR)	DEZ/2021		
					Click-through Rate (CTOR)	DEZ/2021		
			Aperfeiçoar comunicação interna	Intranet	Dinamizar a comunicação, gerar empatia e interação entre órgãos e pessoas do Iprev-DF.	Taxa de utilização		DEZ/2021
		e-mail				Reforçar a comunicação de assuntos internos		Taxa de abertura
				Taxa de cliques (CTR)	DEZ/2021			
		Click-through Rate (CTOR)	DEZ/2021					
Constituir estrutura especializada e habilitada a planejar, monitorar, analisar, produzir conteúdo em diversos formatos, atender as demandas de imprensa, interagir com as mídias sociais e avaliar os resultados das ações de comunicação	Análise	Feedback da Ouvidoria	Relatórios	Avaliar resultados e promover ajustes no Plano de Comunicação	Tabulação de reclamações e sugestões	UCS/GESPE (pesquisas internas)/OUV (feedbacks)	DEZ/2021	
		Realizar pesquisas internas	Google Forms		Taxa de cliques		DEZ/2021	
					Monitorar indicadores de performance (KPI)		Google Analytics	Nº de visualizações Nº de visitantes Nº de postagens Nº de seguidores Nº de curtidas compartilhamentos e retweets

## 7. REERÊNCIAS

---

CORRÊA, Roberto. Planejamento de Propaganda. Global, São Paulo, 2004.

FONSECA, Abílio da. Comunicação Institucional: contributo das relações públicas. Maia, Portugal, 1999.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. Summus, São Paulo, 2003.

LUPETTI, Marcélia. Gestão estratégica da comunicação mercadológica. Cengage Learning, São Paulo, 2009.

SHULTZ, Dom E.; BARNES, Beth E. Campanhas estratégicas de comunicação de marca. Qualitymark, Rio de Janeiro, 2001.

## 8. APÊNDICE

### Cronograma de eventos elaborado pela DIAFI/COAD/GESPE

PERÍODO	EVENTO	AÇÃO
Mensalmente	Aniversariantes	Divulgar no mural digital, físico e na intranet os aniversariantes do mês. No dia, a Presidência encaminhará e-mail ao servidor parabenizando-o. Realizar uma confraternização trimestral no intuito de integralizar os servidores.
01 a 31/01/2021	Janeiro Branco	Divulgação interna e externa sobre o Janeiro Branco (mente sã, corpo sã), com a confecção de folders e cartazes educativos, e a distribuição para os servidores do laço branco. Realizar uma palestra sobre o tema. Durante o mês, definir um dia da semana para que os servidores usem uma peça de roupa na cor branca.
24/01	Dia Nacional do Aposentado e Dia da Previdência Social	Divulgação interna e externa sobre a data, com a confecção de folders e cartazes educativos.
Fevereiro e Agosto	Integração das unidades	Promover semestralmente, junto com três ou mais diretorias/unidades, palestra/seminário interno, com todos os servidores do instituto, sobre as atividades desenvolvidas, quais são ações realizadas e suas metas, divulgando o trabalho do setor.
Junho	Aniversário do Iprev/DF	Divulgar no mural digital, físico e na intranet. Realizar uma confraternização com todos os servidores.
15/06	Dia Mundial de Conscientização da Violência contra a Pessoa Idosa	Divulgação interna e externa sobre a data, com a confecção de folders e cartazes educativos.

PERÍODO	EVENTO	AÇÃO
01 a 30/09/2021	Setembro Verde	Divulgação interna e externa sobre o Setembro Verde (doação de órgãos), com a confecção de folders e cartazes educativos, e a distribuição para os servidores do laço verde. Realizar uma palestra sobre o tema. Durante o mês, definir um dia da semana para que os servidores usem uma peça de roupa na cor verde.
28/10/2021	Dia do Servidor Público	Divulgar no mural digital, físico e na intranet sobre o dia. Encaminhar e-mail aos servidores parabenizando-o. Realizar um evento no intuito de integralizar os servidores.
01 a 31/10/2021	Outubro Rosa	Divulgação interna e externa sobre o Outubro Rosa (câncer de mama), com a confecção de folders e cartazes educativos, e a distribuição para os servidores do laço rosa. Realizar uma palestra sobre o tema. Durante o mês, definir um dia da semana para que os servidores usem uma peça de roupa na cor rosa.
01 a 30/11/2021	Novembro Azul	Divulgação interna e externa sobre o Novembro Azul (câncer de próstata), com a confecção de folders e cartazes educativos, e a distribuição para os servidores do laço azul. Realizar uma palestra sobre o tema. Durante o mês, definir um dia da semana para que os servidores usem uma peça de roupa na cor azul.
01/10 a 18/12/2021	Confraternização de fim de ano	Divulgação do pré-evento e pós-evento. Na semana do Natal e do Ano Novo, a UCS encaminhará mensagens aos servidores, por e-mail.



INSTITUTO DE  
**PREVIDÊNCIA**  
**DOS SERVIDORES**  
DO DISTRITO FEDERAL



## **VISÃO**

Ser reconhecido, por beneficiários e contribuintes, pela excelência na gestão previdenciária no Distrito Federal.



## **VALORES**

Integridade, confiabilidade, sustentabilidade e transparência.



## **MISSÃO**

Trabalhar para a construção de um futuro previdenciário seguro a seus beneficiários, com o menor impacto possível aos contribuintes.

Conheça mais em  
[www.iprev.df.gov.br](http://www.iprev.df.gov.br)



**GDF**