



Política Institucional de Comunicação e Marketing

1. Esta Política Institucional de Comunicação e Marketing do Sicoob:
 - a) visa estabelecer diretrizes sistêmicas aplicáveis à execução do Planejamento Estratégico em vigência, no que se refere às ações de comunicação e marketing das entidades do Sicoob;
 - b) é elaborada por proposta da área de Comunicação e Marketing da Confederação Nacional das Cooperativas do Sicoob (Sicoob Confederação), entidade definida como responsável pela gestão sistêmica das estratégias de comunicação e marketing do Sicoob;
 - c) é aprovada no âmbito da Confederação Nacional das Cooperativas do Sicoob (Sicoob Confederação);
 - d) é revisada periodicamente por proposta da Área de Comunicação e Marketing do Sicoob Confederação, em decorrência de fatos relevantes e por sugestões encaminhadas pelas cooperativas centrais e singulares e pelo Bancoob;
 - e) é acompanhada pelo Comitê de Gestão Corporativa do Sicoob, cuja constituição e funcionamento estão definidos em regulamento próprio.

2. São responsabilidades do Sicoob Confederação:
 - a) coordenar a discussão e propor, com fundamento no Planejamento Estratégico do Sicoob e nas normas aplicáveis e nos pareceres do Comitê de Gestão Corporativa do Sicoob, política de comunicação e marketing e manual derivado desta política, bem como as revisões subsequentes;
 - b) supervisionar o cumprimento desta política e das normas derivadas pelas entidades do Sicoob e orientar as cooperativas centrais e singulares, empreendendo as ações preventivas e corretivas, quando for o caso;
 - c) realizar a gestão da Marca Sicoob, adotando mecanismos de proteção, monitoramento, orientação e notificação do uso adequado da Marca Sicoob, tendo em vista a mitigação do risco de imagem;
 - d) participar das discussões, propor, desenvolver e implementar as ações de comunicação e marketing de produtos e serviços sistêmicos, direcionados aos associados/clientes, zelando pela aderência às diretrizes estabelecidas nesta política;
 - e) coordenar, elaborar e implantar planos, campanhas e projetos de comunicação e marketing sistêmicos, observadas as definições do Planejamento Estratégico vigente e os pareceres do Comitê de Gestão Corporativa do Sicoob;



Política Institucional de Comunicação e Marketing

- f) coordenar a elaboração de canais de comunicação impressos ou eletrônicos, de circulação e veiculação nacional, estabelecendo práticas e orientações para publicações, de caráter regional ou local;
- g) estabelecer práticas, acompanhar e orientar as cooperativas centrais e singulares, na elaboração e na implantação de planos, campanhas e projetos de comunicação e marketing de aplicação local ou regional;
- h) coordenar a execução de pesquisas sistêmicas;
- i) coordenar, orientar e supervisionar serviços de assessoria de imprensa em âmbito nacional;
- j) quando solicitado pelas entidades do Sicoob, desenvolver campanhas de comunicação e marketing nos projetos de aplicação regional e local, com os custos arcados pela demandante;
- k) desenvolver, manter e gerenciar o sítio eletrônico e os perfis oficiais do Sicoob nas redes sociais do Sicoob;
- l) garantir a divulgação dos veículos de comunicação sistêmica às cooperativas centrais e singulares;
- m) avaliar e decidir pela realização de parcerias comerciais e pelo patrocínio de eventos de interesse sistêmico, observando as devidas alçadas;
- n) desenvolver estratégias de marketing de relacionamento entre as cooperativas e seus associados/clientes, por meio da participação dos seus gestores de produtos e das áreas comerciais e de marketing, divulgando-as previamente para as entidades sistêmicas e utilizando-se de ferramentas que possibilitem a segmentação e gestão de associados, tendo em vista a otimização dos processos (pré-venda, venda, pós-venda e fidelização);
- o) organizar e propor esforços sistêmicos para custeio do planejamento de comunicação e marketing de âmbito nacional, bem como gerir adequadamente os recursos financeiros destinados;
- p) coordenar e executar atividades de apoio às relações institucionais com a imprensa, governo, entidades de classe e outros públicos de interesse do Sicoob.
- q) coordenar a realização de pesquisas de mercado para as demandas por produtos e serviços financeiros ofertados às entidades do Sicoob.

3. São responsabilidades do Bancoob:

- a) aderir e cumprir as diretrizes contidas nesta política e as instruções regulamentadas nos manuais e normas derivados desta política;



Política Institucional de Comunicação e Marketing

- b) participar da discussão e da revisão desta política e dos manuais derivados desta política, apresentando ao Sicoob Confederação, quando julgado oportuno, proposições de aprimoramento;
 - c) participar das discussões dos projetos de comunicação e marketing coordenados pelo Sicoob Confederação, apresentando, quando julgado oportuno, proposições de aprimoramento;
 - d) participar das discussões e apoiar as campanhas sistêmicas de marketing de produtos e serviços do Bancoob, sob o desenvolvimento do Sicoob Confederação;
 - e) participar das discussões e contribuir com a implementação e reforço da cultura de negócios nas entidades do Sicoob;
 - f) coordenar a implantação e desenvolver os programas de capacitação e campanhas de incentivo à força de vendas das entidades, alinhados às estratégias de comunicação e marketing do Sicoob;
 - g) desenvolver e manter o portfólio de produtos e serviços financeiros sistêmicos em compatibilidade com a demanda, a regulamentação aplicável, as condições operacionais e as estratégias comerciais a serem comercializados sistemicamente pelo Bancoob, cooperativas centrais e singulares;
 - h) desenvolver, manter e gerenciar os canais e ações de comunicação com a força de vendas do Sicoob, em alinhamento às diretrizes de comunicação e marketing do Sicoob;
 - i) contribuir com informações para os veículos de comunicação sistêmica, assessoria de imprensa e outras iniciativas, conforme necessidade do negócio ou demanda das entidades;
 - j) contribuir com os investimentos em marketing e comunicação de acordo com os normativos vigentes;
 - k) zelar pelo uso adequado da marca Sicoob e Bancoob, conforme as normas e manuais vigentes;
 - l) avaliar e decidir pela realização de parcerias comerciais e pelo patrocínio de eventos que sejam de interesse do Banco observando as devidas alçadas.
4. São responsabilidades das cooperativas centrais:
- a) aderir e cumprir as diretrizes contidas nesta política e as instruções regulamentadas nos manuais e normas derivados desta política;



Política Institucional de Comunicação e Marketing

- b) participar da discussão e da revisão desta política e dos manuais derivados desta política, apresentando ao Sicoob Confederação, quando julgado oportuno, proposições de aprimoramento;
- c) supervisionar o cumprimento desta política e dos manuais e normas derivados desta política pelas cooperativas singulares associadas, empreendendo as ações preventivas e corretivas, quando for o caso;
- d) participar das discussões dos projetos de comunicação e marketing coordenados pelo Sicoob Confederação, apresentando, quando julgado oportuno, proposições de aprimoramento;
- e) orientar as cooperativas singulares associadas na implantação das campanhas e dos projetos de comunicação e marketing coordenados pelo Sicoob Confederação;
- f) participar dos programas de capacitação e das campanhas de incentivo à força de vendas promovidos pelo Bancoob e se responsabilizar pelo treinamento do quadro próprio e das cooperativas singulares associadas;
- g) orientar serviços de assessoria de imprensa em âmbito regional, alinhados às estratégias estabelecidas em âmbito nacional;
- h) coordenar, elaborar e implantar planos, campanhas e projetos de comunicação e marketing em âmbito regional, alinhados às estratégias do Sicoob;
- i) coordenar a elaboração de veículos de comunicação institucional impressos ou eletrônicos, de circulação e veiculação regional e local;
- j) monitorar, orientar e notificar sobre o uso adequado da Marca Sicoob pelas respectivas cooperativas singulares, adotando mecanismos e estratégias para o gerenciamento do risco de imagem;
- k) avaliar e decidir pela realização de parcerias comerciais e pelo patrocínio de eventos de alcance regional e local;
- l) munir o Sicoob Confederação de informações para o desenvolvimento dos projetos e atividades de comunicação e marketing;
- m) garantir a divulgação dos veículos de comunicação sistêmica aos dirigentes e empregados da cooperativa central e das cooperativas associadas;
- n) contribuir com informações para os veículos de comunicação sistêmica, assessoria de imprensa e outras iniciativas, conforme necessidade do negócio ou demanda das entidades;
- o) contribuir com os investimentos em marketing e comunicação, de acordo com os normativos sistêmicos vigentes;



Política Institucional de Comunicação e Marketing

- p) coordenar e executar atividades de apoio às relações institucionais com a imprensa, governo, entidades de classe e outros públicos de interesse regional.
5. São responsabilidades das cooperativas singulares:
- a) aderir e cumprir as diretrizes contidas nesta política e as instruções regulamentadas nos manuais derivados desta política;
 - b) participar das discussões dos projetos de comunicação e marketing coordenados pelo Sicoob Confederação, da revisão e dos manuais derivados desta política, apresentando proposições de aprimoramento, por intermédio da cooperativa central a que estiver associada, quando oportuno;
 - c) implantar, sob a orientação do Sicoob Confederação e da cooperativa central a que estiver associada, as campanhas e os projetos de comunicação e marketing sistêmicos coordenados pelo Sicoob Confederação;
 - d) implantar as campanhas, planos e os projetos de comunicação e marketing regionais coordenados pela cooperativa central a que estiver associada;
 - e) elaborar e implantar campanhas de comunicação local, sob a orientação do Sicoob Confederação e/ou da cooperativa central a que estiver associada, respeitando o padrão sistêmico e a orientação do Bancoob em produtos e serviços de sua competência;
 - f) com anuência da cooperativa central, participar dos programas de capacitação e incentivo à força de vendas promovidos pelo Bancoob e se responsabilizar pelo treinamento do quadro próprio;
 - g) munir o Sicoob Confederação a cooperativa central a que estiver associada de informações para o desenvolvimento dos projetos e atividades de comunicação e marketing;
 - h) garantir a divulgação dos veículos de comunicação sistêmica aos dirigentes e empregados;
 - i) contribuir com os investimentos em marketing e comunicação de acordo com os normativos sistêmicos vigentes;
 - j) avaliar e decidir pela realização de parcerias comerciais e pelo patrocínio de eventos que sejam de interesse local.
6. Os planos, campanhas e projetos de comunicação e marketing deverão atender às diretrizes determinadas na visão, missão e valores do Sicoob, de forma a atender e contribuir com o planejamento estratégico sistêmico e o fortalecimento da Marca Sicoob perante os públicos de interesse do Sistema.



Política Institucional de Comunicação e Marketing

7. Complementam esta política e a ela se subordinam os manuais e demais normativos que regulam a comunicação e o marketing no âmbito de todas as entidades do Sicoob.