

MAPEAMENTO DOS PROCESSOS COMUNICAÇÃO E MARKETING

1. IDENTIFICAÇÃO DO PROCESSO

Nome: Comunicação e Marketing Institucional

Área: Assessoria de Comunicação

Tipo: Processo de Apoio

Sistema: Site Institucional / Redes Sociais / Ferramentas de Design e Vídeo

2. OBJETIVO

Garantir a gestão eficiente da comunicação institucional do IPREMB, assegurando a transparência, divulgação de informações oficiais, cobertura de eventos, transmissões ao vivo, publicação de documentos e fortalecimento da imagem institucional.

3. ESCOPO

- Criação de mídias (artes e conteúdos visuais)
- Produção de vídeos institucionais
- Cobertura de eventos
- Transmissão ao vivo de reuniões dos Conselhos Municipal e Fiscal
- Publicação de documentos no site institucional
- Gestão das redes sociais
- Criação de campanhas de divulgação

4. ENTRADAS E SAÍDAS

Entradas

Representam todos os insumos necessários para a execução das ações de comunicação, sendo fundamentais para garantir a veracidade, padronização e alinhamento institucional.

- **Solicitações dos setores internos:** Demandas encaminhadas pelos setores do IPREMB, como divulgação de serviços, comunicados aos segurados, publicações obrigatórias e apoio a ações específicas.

X

- **Informações institucionais:** Dados e informações relevantes sobre o RPPS, incluindo notícias internas, ações administrativas, resultados, projetos, eventos e demais conteúdos de interesse público e institucional.
- **Documentos oficiais:** Atos administrativos e normativos, tais como portarias, resoluções, atas de reuniões, relatórios de gestão, editais e demais documentos que necessitam de publicidade e transparência conforme exigências legais.
- **Agenda de eventos e reuniões:** Programação institucional contendo datas, horários e pautas de reuniões (especialmente dos Conselhos), eventos, audiências e demais atividades que demandem divulgação prévia ou cobertura comunicacional.
- **Diretrizes da Presidência/Superintendência:** Orientações estratégicas e institucionais que norteiam a comunicação, garantindo alinhamento com os objetivos da gestão, posicionamento institucional e prioridades organizacionais.
- **Demandas legais e normativas:** Exigências à transparência pública, publicidade dos atos administrativos e cumprimento de legislações aplicáveis, como a Lei de Acesso a Informação e normativas específicas do RPPS.

Saídas

Correspondem aos produtos e entregas resultantes do processo de comunicação, visando garantir acesso à informação, transparência e fortalecimento institucional.

- **Artes gráficas e conteúdos digitais:** Peças visuais desenvolvidas para divulgação de informações, campanhas, comunicados e ventos, seguindo a identidade visual do IPREMB e garantindo padronização da comunicação.
- **Vídeos institucionais:** Materiais audiovisuais produzidos para divulgação de serviços, orientações aos segurados, campanhas e cobertura de eventos, contribuindo para maior engajamento e alcance das informações.
- **Publicações em redes sociais:** Planejamento, criação e gestão de postagens nas plataformas digitais, com foco em ampliar a comunicação com segurados, servidores e sociedade em geral.
- **Transmissões ao vivo realizadas:** Realização de transmissões de reuniões dos Conselhos, eventos institucionais e demais atividades relevantes, assegurando transparência e acesso público às ações do IPREMB.



- **Documentos publicados no site:** Atualização contínua do portal oficial com inserção de documentos, notícias, relatórios, legislações e demais conteúdos obrigatórios, garantindo conformidade com as normas de transparência.
- **Campanhas institucionais executadas:** Planejamento e execução de campanhas temáticas, como educação previdenciária, orientação sobre benefícios, recadastramento, comunicados oficiais, atualizações e melhorias no sistema interno, entre outras ações estratégicas.

5. FLUXO DO PROCESSO (VISÃO MACRO)

- ⇒ Recebimento de demanda
- ⇒ Planejamento da ação
- ⇒ Produção de conteúdo (arte/vídeo/mídia)
- ⇒ Revisão e aprovação
- ⇒ Publicação ou execução (postagem, evento ou transmissão)
- ⇒ Monitoramento
- ⇒ Arquivamento e controle

6. DESCRIÇÃO DAS ETAPAS

Nº	ETAPA	DESCRIÇÃO	RESPONSÁVEL
1	Recebimento da demanda	Registro e análise da solicitação;	Superintendência Administrativa
2	Planejamento	Definição de objetivo, público e formato;	Superintendência Administrativa
3	Produção	Criação de artes, vídeos ou organização de cobertura/transmissão;	Superintendência Administrativa
4	Revisão e Aprovação	Validação das informações e conteúdos;	Superintendência Administrativa
5	Execução	Publicação, cobertura de evento ou transmissão ao vivo.	Superintendência Administrativa
6	Monitoramento	Acompanhamento de desempenho e interações;	Superintendência Administrativa
7	Arquivamento	Armazenamento e controle dos materiais produzidos.	Superintendência Administrativa

✓

7. INTERFACES DO PROCESSO

- Superintendência Administrativa
- Presidência
- Demais setores do IPREMB
- Departamentos de TI (IPREMB e Prefeitura)
- Secretaria de Comunicação Prefeitura
- Empresa FAC
- Público externo (segurados e sociedade)

8. RISCOS IDENTIFICADOS

- Divulgação de informações incorretas
- Falhas em transmissões ao vivo
- Exposição indevida de dados pessoais
- Baixo alcance das publicações
- Atraso no atendimento das demandas

9. CONTROLES EXISTENTES

Os Controles existentes têm como objetivo garantir a qualidade, segurança, padronização e conformidade das ações de comunicação institucional.

• **Padronização da identidade visual:**

Garantia de utilização da identidade visual institucional em todas as peças produzidas, conforme manual vigente.

Evidências: Manual de identidade Visual; peças publicadas, e arquivos editáveis na plataforma de designer gráfico Canva;

• **Revisão prévia de conteúdos:**

Todos os conteúdos (textos, artes e vídeos) passam por conferência antes da publicação, assegurando correção das informações, ortografia e alinhamento institucional.

Evidências: Registro de aprovação (mensagens e reuniões internas); Versão revisada dos materiais.

• **Backup de materiais:**

Armazenamento periódico dos conteúdos produzidos (artes, vídeos, documentos), visando segurança da informação e possibilidade de recuperação.



Evidências: Pasta em rede e servidor, HD externo.

10. INDICADORES DE DESEMPENHO

• Monitoramento das publicações e transmissões:

Mede a quantidade de conteúdos publicados em determinado período, conforme planejamento;

Evidências: Histórico de publicações nas próprias redes sociais; consulta direta nos perfis institucionais.

• Engajamento nas redes sociais:

Avalia a interação do público com os conteúdos publicados (curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos);

Evidências: Métricas disponíveis nas plataformas (Instagram, Facebook, ect;)

• Engajamento nas redes sociais:

Avalia a interação do público com os conteúdos publicados (curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos);

Evidências: Métricas disponíveis nas plataformas (Instagram, Facebook, ect;)

• Número de transmissões realizadas:

Quantifica as transmissões ao vivo realizadas em determinado período;

Evidências: Registros das transmissões nas plataformas utilizadas, vídeos salvos, histórico de transmissões.

• Alcance das campanhas:

Mede o número de pessoas impactadas pelas campanhas institucionais;

Evidências: Dados de alcance e impressões disponíveis nas plataformas;

• Acessos ao site institucional:

Monitora a quantidade de visitas ao site institucional;

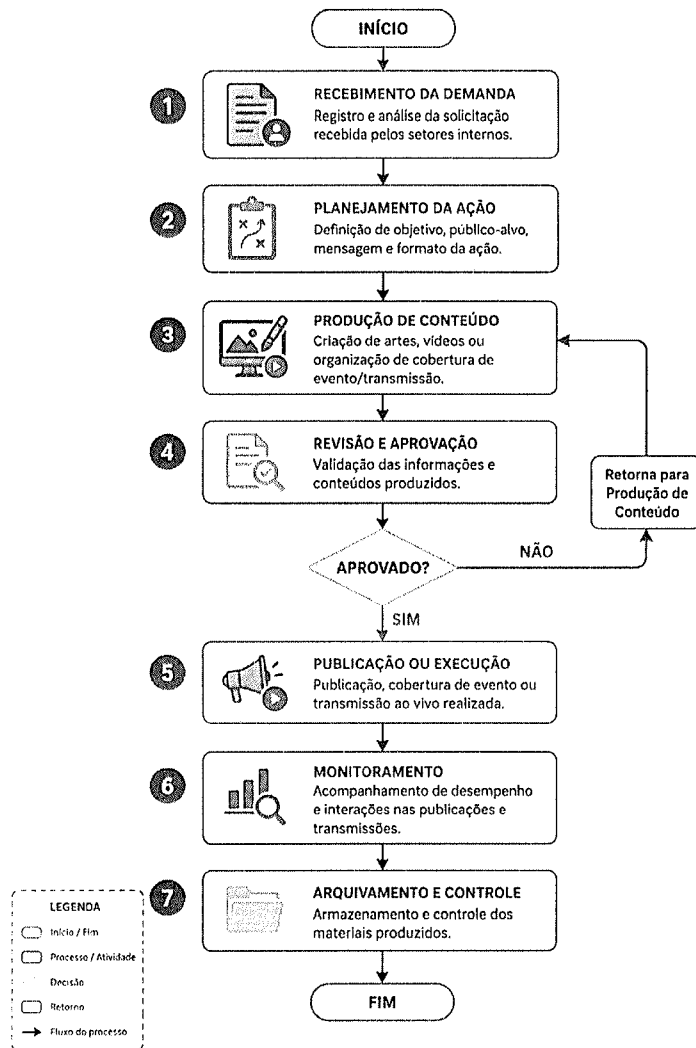
Evidências: Dados disponíveis pela empresa FAC que gere o site.

11. CLASSIFICAÇÃO DO PROCESSO

- **Cadeia de valor:** Apoio
- **Criticidade:** Média
- **Impacto:** Institucional e reputacional.




FLUXOGRAMA – PROCESSO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING INSTITUCIONAL



Betim, 23 de Abril de 2026



Nathaly Alves de Oliveira
Assessor X



Maria Virginia Soares de Melo
Superintendente Administrativo



Alicio Umbelino da Silva Filho
Presidente