

SUMÁRIO

POLÍTICA DE DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES | 3

- Identificação geral | 3
- Diretoria Executiva | 3
- Conselho de Administração | 3
- Conselho Fiscal | 4
- Audidores Independentes | 4

1 – OBJETIVOS | 4

2 – CONCEITOS | 4

- 2.1. Para os fins desta Política, são adotadas as seguintes definições | 4
- 2.2. Para os fins desta Política, são adotadas as seguintes definições | 5

3 – PRINCÍPIOS | 5

- 3.1. Transparência | 5
- 3.2. Ética | 5
- 3.3. Respeito | 6
- 3.4. Dedicção e inovação | 6
- 3.5. Segurança | 6

4 – DIRETRIZES | 6

5 – CADEIA DE VALORES | 7

- 5.1. Missão | 7
- 5.2. Visão | 7
- 5.3. Valores | 7

6 – SIGILO DE INFORMAÇÕES | 7

7 – FOMENTO A TRANSPARÊNCIA | 8

8 – PLANO DE COMUNICAÇÃO | 8

- 8.1. Objetivos gerais | 8
- 8.2. Objetivos específicos | 9
- 8.3. Diretrizes | 9
- 8.4. Gestão de crise | 9
- 8.5. Comunicação externa | 10
 - 8.5.1. Plano de ação | 10
- 8.6. Comunicação interna | 10
 - 8.6.1. Plano de ação | 10
- 8.7. Indicadores | 11
- 8.8. Monitoramento | 11
- 8.9. Expediente | 11

9 – DISPOSIÇÕES FINAIS | 11

10 – APROVAÇÃO DA POLÍTICA DE DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES | 12

POLÍTICA DE DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Em conformidade com o art. 8º, inciso IV, da Lei 13.303, de 30 de junho de 2016, o Conselho de Administração da METROBUS TRANSPORTE COLETIVO S/A, aprovou a presente Política de Divulgação de Informações, referente ao exercício social de 2024.

IDENTIFICAÇÃO GERAL

METROBUS TRANSPORTE COLETIVO S/A

CNPJ 02.392.459/0001-03

NIRE JUCEG nº. 5230000804-2

Sede: Goiânia/Goiás

Tipo de estatal: Sociedade de Economia Mista

Acionista Controlador: Estado de Goiás

Tipo societário: Sociedade Anônima

Tipo de capital: Fechado

Setores de atuação: Transporte Coletivo de Passageiros do Sistema Integrado de Transporte da Rede Metropolitana de Transporte Coletivos da Região Metropolitana de Goiânia (SIT RMTC – RMG).

DIRETORIA EXECUTIVA	
Diretor Presidente	E-mail
FRANCISCO ANTÔNIO CALDAS DE ANDRADE PINTO	presidencia@metrobus.go.gov.br francisco.caldas@metrobus.go.gov.br

Diretor Financeiro	
MIGUEL ELIAS HANNA	Miguel.hanna@metrobus.go.gov.br

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO		
Conselheiro de Administração	E-mail	Representa
ANTENOR MITO FILHO	filhoantenormito@gmail.com	Estado de Goiás
JOSÉ RUBENS MAGNINO	jr.magnino@hotmail.com	Estado de Goiás
DORCILO RABELO	dorcilorabelo@cptrans-go.com.br	Estado de Goiás
RONAN ABREU REIS	ronanabreu.reis@gmail.com	Estado de Goiás
LISANDRO COGO BECK	lisandro.beck@fazenda.gov.br lisandro.beck@gmail.com	União

CONSELHO FISCAL		
Conselheiro	E-mail	Representa
1. EDNILSON LINS RODRIGUES	ednilson.rodrigues@goias.gov.br	Estado de Goiás
2. MILTON ANTÔNIO ANANIAS JÚNIOR	juniorsub@gmail.com	Estado de Goiás
3. ROGERIO VALSECHY KARL (TITULAR)	rogerio.karl@tesouro.gov.br	União
4. DANIEL DE ARAÚJO E BORGES (SUPLENTE)	daniel.borges@tesouro.gov.br	União

AUDIMEC AUDITORES INDEPENDENTES S/S

CNPJ sob o nº. 11.254.307/0001-35 / Inscrição Municipal nº. 541.891-7

e-mail: audimec@audimec.com.br

1 – OBJETIVO

O principal objetivo desta política é estabelecer as diretrizes de comunicação da Metrobus Transporte Coletivo S/A, bem como fixar regras e procedimentos a serem observados sobre o uso e divulgação de informações que, por sua natureza, possam suscitar ato ou fato relevante, visando evitar o uso indevido de informações privilegiadas.

Nesse sentido, esta política destaca a responsabilidade da Metrobus de desenvolver uma cultura interna de comunicação aberta, pela qual as decisões de relevância do ato ou fato possam ser discutidas em interação normal, o fato possa ser divulgado, o dever de sigilo, quando necessário, seja cumprido, o uso da informação seja responsável e não haja falha de comunicação.

Todos os procedimentos e considerações, explícitos ou implícitos, constantes deste documento, estão fundamentados nos instrumentos legais e normativos vigentes, dentre eles o Estatuto Social da Metrobus, RID – Regulamento Interno Disciplinar, RILC – Regulamento Interno de Licitações e Contratos, Regimento Interno, Código de Ética e Conduta, Lei nº. 6.404/1976 (que dispõe sobre as Sociedades por Ações) e a Lei nº 13.303/2016.

2 – CONCEITOS

2.1 Para os fins desta Política, são adotadas as seguintes definições:

- a) **Comunicação ampla:** trata-se de processo de divulgação das informações de modo acessível e compreensível a todos os públicos aos quais possa interessar.
- b) **Comunicação empresarial:** estabelece a integração das ações estratégicas de comunicação interna e externa, com a adoção do preceito da comunicação como um processo de gerenciamento presente em toda a companhia. Por isso mesmo, integra todas as atividades focadas no relacionamento com os públicos de interesse, garantindo condutas uniformes.

c) **Comunicação integrada:** trata-se de processo gerido por uma diretriz única, que tem por princípio os valores e conceitos compartilhados pela Metrobus. Esse processo implica um conjunto articulado de esforços, ações, estratégias e produtos de comunicação, planejados e desenvolvidos pela empresa, de forma a agregar valor as suas atividades e consolidar a sua imagem perante os usuários do transporte coletivo ou à sociedade como um todo.

d) **Porta-vozes:** diretores e empregados da Metrobus que, conforme a demanda, serão designados para atuar como porta-vozes, nas suas áreas de atuação e competência.

2.2 Igualmente são adotados os seguintes conceitos:

a) **Acionista controlador:** a pessoa, natural ou jurídica, vinculada por acordo de voto, ou sob controle comum, que: *(i)* é titular de direitos de sócio que lhe assegurem, de modo permanente, a maioria dos votos nas deliberações da Assembleia Geral e o poder de eleger os administradores da companhia; e *(ii)* usa efetivamente seu poder para dirigir as atividades sociais e orientar o funcionamento da companhia. O acionista controlador usa o poder para fazer a companhia realizar o seu objeto e sua função social, e tem deveres e responsabilidades para com os demais acionistas da companhia, os que nela trabalham e para com a comunidade em que atua, cujos direitos e interesses deve respeitar e atender.

b) **Administrador:** qualquer membro da Diretoria Executiva ou do Conselho de Administração da Metrobus.

c) **Ato ou Fato Relevante:** considera-se relevante, para efeitos desta Política, qualquer decisão de acionista controlador, deliberação da Assembleia Geral ou dos órgãos de administração da Metrobus, ou qualquer outro ato ou fato de caráter político-administrativo, técnico, negocial ou econômico-financeiro ocorrido ou relacionado com seus negócios.

d) **Disclosure:** o dever de informar versus o dever de sigilo.

3 – PRINCÍPIOS

3.1 **Transparência:** a prestação de contas das decisões e realizações da empresa são imprescindíveis no sentido de informar seus aspectos positivos ou negativos a todas as partes interessadas, veiculando e apresentando essas informações de maneira clara às partes interessadas.

3.2 **Ética:** as ações de comunicação da Metrobus devem ser pautadas pelo compromisso com a verdade, buscando harmonia entre os interesses da empresa e dos públicos envolvidos. Essas ações serão desenvolvidas sem qualquer espécie de ofensa ou discriminação racial, social, de gênero, política, religiosa ou de nacionalidade. Os empregados serão orientados a agir de acordo com o RID – Regulamento Interno Disciplinar da empresa.

3.3 **Respeito:** o direito à confidencialidade e ao tratamento ético de dados públicos de interesse serão respeitados, de forma a criar uma relação de credibilidade. Para tanto, serão promovidas ações de comunicação que preservem a dignidade das pessoas e respeitem os preceitos da diversidade em seu significado mais amplo.

3.4 **Dedicação e inovação:** deve ser uma constante no dia a dia da Metrobus a política de informar, instruir e dar visibilidade, pelos canais de comunicação pertinentes a sociedade, os programas, projetos, produtos e serviços mantidos e desenvolvidos pela empresa, com sua constante atualização.

3.5 **Segurança:** serão promovidas, quando necessário, ações de comunicação que favoreçam a conscientização dos empregados da Metrobus, em busca de ambiente organizacional seguro e do uso seguro de equipamentos de proteção, conforme as normas pertinentes à área de atuação de cada um.

4 – DIRETRIZES

4.1 A Metrobus manterá em seu site a relação dos ocupantes de cargos e funções, indicando cargo ou função, telefone e e-mail de contato, atualizando-a sempre que houver qualquer alteração.

4.2 Cumprir à Diretoria e os demais ocupantes de cargos ou funções guardar sigilo sobre informações relevantes a ato ou fato relevante às quais tenham acesso privilegiado em razão do cargo, função ou posição que ocupam, até sua divulgação ao público em geral. Cumprir ainda zelar para que subordinados e terceiros de sua confiança também o façam, respondendo solidariamente com estes na hipótese de descumprimento.

4.3 A Metrobus publicará anualmente, em seu site e em veículo impresso, as Demonstrações Financeiras, o Parecer dos Auditores Independentes, o Relatório de Administração e o Parecer do Conselho de Administração e Conselho Fiscal.

4.4 No que diz respeito ao relacionamento com a imprensa, a área de comunicação fará a interface com os meios de comunicação, garantindo as melhores condições para que esse relacionamento se dê de acordo com os interesses estratégicos da empresa. Nesse sentido, em comum acordo com a Diretoria Executiva, definirá quem será o porta-voz da Metrobus encarregado de atender a demanda da imprensa.

4.5 A Metrobus, por intermédio de sua Assessoria de Comunicação, realiza uma política interna de divulgação com o objetivo de manter os empregados atualizados sobre as ações da Companhia.

4.6 O acionista controlador, diretores executivos, membros dos Conselhos de Administração e Fiscal, empregados da Metrobus, ainda, quem quer que tenha firmado o Termo de Adesão, ficam obrigados a:

- a) guardar sigilo das informações relativas a Ato ou Fato Relevante às quais tenham acesso privilegiado até sua divulgação a sociedade;
- b) zelar para que subordinados e terceiros de sua confiança também o façam, respondendo solidariamente com estes na hipótese de descumprimento do dever de sigilo;
- c) comunicar qualquer Ato ou Fato Relevante de que tenham conhecimento a Diretoria Executiva, que promoverá a sua divulgação.

4.7 Todos devem se atentar aos preceitos estabelecidos pela Lei Federal de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/11) e pela Lei Estadual nº 18.025/13, bem como suas regulamentações, que preveem o princípio da publicidade máxima com o preceito geral e o sigilo como exceção.

4.8 É imperioso que se guarde sigilo acerca de Informações Relevantes ainda não divulgadas, às quais se tenha acesso em razão do cargo, função ou posição que ocupe, até que tais informações sejam divulgadas ao público, bem como zelar para que subordinados e terceiros de sua confiança também o façam.

5 – CADEIA DE VALORES DA METROBUS

- 5.1 – MISSÃO** – Proporcionar transporte coletivo de passageiros, com dignidade, rapidez e segurança aos usuários e sustentabilidade à organização, buscado humanizar o transporte público.
- 5.2 – VISÃO** – Ser empresa referência na prestação de serviço de transporte na Grande Goiânia.
- 5.3 – VALORES** – Baseados na responsabilidade, transparência, compromisso, respeito, união e ética.

6 – SIGILO DE INFORMAÇÕES

A METROBUS segue as determinações da Lei de Acesso à Informação (Art. 24 da Lei Federal Nº. 12.527/2011), bem como a Lei Estadual Nº. 18.025/2013 e incisos I e II, do Art. 45 Decreto Federal nº 7.724/2012, com relação ao sigilo de informações, observando as seguintes necessidades:

- a) - Adotar medidas para adequar-se às exigências da Lei de Acesso à Informação e seus decretos regulamentadores, no que diz respeito à transparência ativa e à transparência passiva, além de iniciativas de orientação dos empregados quanto à forma de tratar informações sigilosas e quanto à obrigação de divulgação de informações não sigilosas de interesse público.

b) - Adotar como restritas ou sigilosas somente as informações previstas em Lei ou aquelas devidamente classificadas pela autoridade classificadora da empresa, que será, necessariamente, a autoridade máxima da empresa.

c) - A METROBUS não possui, até o presente momento, informações classificadas como reservadas, secretas e/ou ultrassecretas.

d) - A METROBUS possui a Comissão Permanente para avaliação de documentos sigilosos, conforme Portaria N°. 245/2019.

7 – FOMENTO A TRANSPARÊNCIA

A fim de facilitar e ampliar o acesso à informação, a METROBUS disponibiliza, em seu site, link de acesso à informação, o qual permite a todos os interessados o acompanhamento e visualização de todos os dados da empresa, e outras informações:

- Informações Gerais;
- Serviços de Informação ao Cidadão (SIC);
- Perguntas e Respostas frequentes da Sociedade;
- Patrimônio;
- Receitas;
- Despesas;
- Programas, Projetos, Ações, Obras e Atividades;
- Licitações e Contratos;
- Termos, Acordos, Convênios e Parcerias;
- Pessoal;
- Prestação de Contas;
- Governança.

O Portal da Transparência da METROBUS passa por constantes alterações e otimizações.

8 – PLANO DE COMUNICAÇÃO

8.1. OBJETIVOS GERAIS

O Departamento de Comunicação e Marketing da Metrobus - Transporte Coletivo S/A tem como objetivo geral dar publicidade às informações, serviços e ações da companhia, tanto internamente quanto externamente.

A Política de Comunicação surge com o intuito de estreitar os relacionamentos com os seus públicos de interesse, levando em consideração a complexidade dos fatores envolvidos em sua atuação.

A normativa atende a Lei 13.303/2016, conhecida como Lei das Estatais, que em seu art. 8º, inciso IV, exige a “elaboração e divulgação da política de divulgação de informações, em conformidade com a legislação em vigor e com as melhores práticas”.

8.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Atuar sob os princípios da comunicação pública e garantir o acesso à informação;
- Fortalecer a comunicação interna;
- Dar visibilidade interna e externa às ações da Metrobus;
- Fortalecer a marca para o público externo nos mais diversos canais (site e redes sociais);
- Mediação de conflitos ou crises.

8.3. DIRETRIZES

O Departamento de Comunicação e Marketing deve garantir a veracidade das informações divulgadas. Todas devem estar alinhadas com a Política de Comunicação e com o Código de Ética e Conduta. Apresentações, documentos oficiais e relatórios devem seguir as instruções contidas no Manual de Marca do Governo de Goiás, instituído pela Secretaria de Estado de Comunicação do Governo de Goiás (Secom). Para melhor atuar, são pontos fundamentais:

- Fortalecimento da imagem institucional e uniformização do discurso, ou seja, nenhuma informação deve ser repassada para o público externo sem a aprovação do Departamento de Comunicação;
- Qualquer pedido de informação a outros departamentos deve ser encaminhado ao Departamento de Comunicação para que possa ser avaliado e aprovado;
- Monitorar a imagem institucional e analisar a visibilidade na mídia;
- Fortalecer integrar as parcerias por meio da assessoria de imprensa;

8.4. GESTÃO DE CRISE

Como forma de prevenção de crises, caberá ao Departamento de Comunicação e Marketing a formação de uma equipe de trabalho em caráter de urgência, com colaboradores e diretores da companhia, para que seja identificado algum ponto negativo que gere crise na imagem da empresa, ferindo assim sua credibilidade social. A partir daí, será fundamental o desenvolvimento de ações de comunicação, a curto, médio e longo prazos e que contemple, na medida do possível, todas as possibilidades e motivos para sua ocorrência. Para melhor atuação nesse cenário, estão previstos:

- Planejamento e execução de ações imediatas e adoção de posturas adequadas para, sempre que possível, debelar a crise em seus primeiros momentos;
- Acompanhamento das ações e reações dos públicos envolvidos;
- Definição prévia de fontes oficiais ou autorizadas, com o perfil adequado para representar a companhia durante a crise;
- Relacionamento próximo com os veículos de comunicação nesse momento de crise para impedir a veiculação de notícias falsas ou imprecisas.

8.5. COMUNICAÇÃO EXTERNA

O Departamento de Comunicação e Marketing é o responsável por recomendar e adotar a melhor estratégia no relacionamento com os diversos públicos, em especial, com os veículos de comunicação.

Por isso, as informações repassadas devem ser apuradas, alinhadas com os diretores e respeitando os prazos estabelecidos para o seu cumprimento.

8.5.1. PLANO DE AÇÃO

- Mediar e acompanhar entrevistas dos porta-vozes da empresa nos veículos de comunicação;
- Organizar coletivas de imprensa quando necessário;
- Divulgar externamente ações da empresa por meio de releases;
- Atualizar constantemente o site e as redes sociais da Metrobus;
- Realizar treinamento (media training) com os entrevistados da companhia para evitar ruídos nas entrevistas;
- Disponibilizar o clipping com o monitoramento das menções feitas sobre a empresa na mídia;
- Desenvolver pautas positivas com os diretores da companhia e divulgar para os veículos de comunicação;
- Manter atualizado e ampliar o mailing;
- Responder prontamente às demandas da imprensa;
- Monitorar temas sensíveis, antecipar soluções e estratégias;
- Produzir ou contribuir com o desenvolvimento de artigos dos diretores sobre temas ligados ao transporte e encaminhar aos veículos de comunicação;
- Trabalhar em conjunto com os departamentos de TI e Controladoria da Metrobus para manter as demais páginas do site atualizadas;
- Criar ações com o envolvimento da sociedade de maneira geral.

8.6. COMUNICAÇÃO INTERNA

A proposta é ampliar e criar uma comunicação interna mais eficiente entre os colaboradores da companhia, promovendo assim uma integração maior entre os departamentos. Somente assim, será possível desenvolver um ambiente interativo e atualizado e, ao mesmo tempo, essa ação possibilitará o desenvolvimento de um espaço para troca de ideias e de sugestões de pautas.

As ações devem favorecer o fluxo de informação, com o objetivo de promover a sinergia e a integração de gestores, servidores, estagiários, prestadores de serviço e adolescentes aprendizes, buscando o comprometimento de todos com o trabalho da empresa.

8.6.1. PLANO DE AÇÃO

- Produzir cartões para uso nas redes sociais e grupo de mensagens de celular da companhia para celebrar datas importantes, como Dia da Mulher, Dia das Mães, Dia dos Pais, Dia do Motorista, Natal, Ano Novo, entre outros;

- Trabalhar em conjunto com outros departamentos, como o RH, Segurança do Trabalho e diretoria, para o desenvolvimento de campanhas internas, como no Mês de Prevenção aos Acidentes de Trânsito;
- Divulgar informações internas, como retirada de uniformes ou de crachás, aniversários do mês, por e-mail e também nos grupos de celular;
- Aprimorar a divulgação de ações no mural da empresa em parceria com o RH para incluir divulgação de eventos, pesquisas, enquetes, promoções e informações relevantes do setor para os servidores;
- Trabalhar em conjunto com outros departamentos para criar um momento aproximação entre os colaboradores, seja por meio de videoconferência, palestras, vídeos motivacionais, eventos festivos ou esportivos, entre outros;
- Realizar pesquisa para mensurar problemas no processo de comunicação interna e também abrir espaço para receber sugestões dos colaboradores.

8.7. INDICADORES

A estratégia do Plano de Comunicação da Metrobus está apoiada em três pontos de disseminação de conteúdo:

- Internet: Site institucional e redes sociais.
- Comunicação interpessoal: Por meio de reuniões, treinamentos, oficinas e palestras para fortalecer a relação entre colaboradores e instituição.
- Publicidade: Divulgação das ações e serviços para os públicos de interesse.

8.8. MONITORAMENTO

Para mensurar o desempenho do processo de comunicação da companhia serão utilizados relatórios periódicos, que devem conter as seguintes informações:

- Número de menções nos veículos de imprensa (matérias positivas e negativas).
- Número de seguidores alcançados e interações obtidas nos perfis oficiais da Metrobus nas redes sociais.
- Elaboração de pesquisas com os colaboradores para analisar a efetividade das estratégias aplicadas na comunicação interna.

8.9. EXPEDIENTE

Plano de Comunicação desenvolvido pelo setor de Comunicação e Marketing da Metrobus - Transporte Coletivo S/A.

9 – DISPOSIÇÕES FINAIS

5.1 A presente Política de Divulgação de Informações entrará em vigor na data da sua aprovação pelo Conselho de Administração e permanecerá vigorando por prazo de 12 (doze) meses, a qual será revisada anualmente ou em prazo menor caso necessário, pelo Conselho de Administração da Metrobus.

10 – APROVAÇÃO DA POLÍTICA DE DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Esta Política foi revisada e aprovada pelo Conselho de Administração da Metrobus, na data de 16/01/2024, registrada na Ata de Reunião, e entrará em vigor na data da aprovação, produzindo, porém, retroativamente, efeitos a partir de 01 de janeiro de 2024, vigorando pelo prazo de 12 (doze) meses.

Toda alteração ou revisão desta deverá ser submetida para aprovação no Conselho de Administração.

Goiânia – GO. 16 de janeiro de 2024

DORCILO RABELO
Presidente do Conselho

JOSÉ RUBENS MAGNINO
Membro

RONAN ABREU REIS
Membro

ANTENOR MITO FILHO
Membro

LISANDRO COGO BECK
Membro

Aprovada pelo Conselho de Administração da Metrobus, a Política de Divulgação de Informações, **exercício 2024** na data de **16/01/2024 (Reunião por videoconferência)**.