

**PLANO DE COMUNICAÇÃO DO  
PROGRAMA DE LOTES URBANIZADOS-2021**

| ASSUNTO                | AÇÃO DE COMUNICAÇÃO | FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO | DINÂMICA   | PERÍODO DE DURAÇÃO/PUBLICAÇÃO          | RESPONSÁVEL                          |
|------------------------|---------------------|---------------------------|--|--|--------------------------------------|
| Divulgação do Programa | Divulgação externa  | Site                      | Editais  | Um dia antes da abertura               | Presidência/Diretoria Administrativa |
|                        |                     | Jornal Oficial            | Editais  | Primeiro dia do edital                 |                                      |
|                        |                     | Mídia TV e Rádio          | Entrevistas  | Primeiro dia do edital                 |                                      |
|                        | Divulgação externa  | Telefone ou visita        | Informa área a ser beneficiada                                     | Durante o edital                       | Seção Social/Atendimento             |
|                        | Divulgação Interna  | Mural                     | Publicação do Programa   | Antes da publicação do primeiro edital | Presidência/Diretoria Administrativa |
|                        |                     | Reunião                   | Apresentar o Programa a todos os funcionários                      | Antes da publicação do primeiro edital | Presidência/Diretoria Administrativa |
|                        |                     | e-mail                    | Mensagem a todos os funcionários, com informações sobre o Programa | Antes da publicação do primeiro edital | Presidência/Diretoria Administrativa |

\*OBS:

1. Por se tratar de um empréstimo financeiro para 100 pessoas previamente escolhidas, não se recomenda campanhas de publicidade divulgando o projeto, sob pena de tumultuar o atendimento e ser obrigado a recusar aqueles que se encontram sem condições de honrar os pagamentos. Isto cria uma frustração nos não atendidos e, em algum grau, atinge o bom conceito da Companhia junto ao público. (Hiram)
2. O teste com os dez primeiros servirá para se corrigir rumos nas etapas do processo de financiamento, além de apresentar uma amostragem estatística dos que aceitam ou não a proposta, o que justificará sua continuidade. (Hiram)
3. Os resultados dos contatos telefônicos deverão ser registrados de forma a permitir a análise das variáveis.