

# PLANO DE COMUNICAÇÃO

**2022**

# SUMÁRIO

Nenhuma entrada de sumário foi encontrada.

## APRESENTAÇÃO

A Assessoria de Comunicação Social do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Ascom/Cade) é responsável pela gestão e disseminação da informação ao público por meio do planejamento, da coordenação, execução e supervisão das atividades de comunicação social e institucional no âmbito da autarquia.

A Ascom/Cade tem como um de seus principais objetivos difundir a missão do Cade por meio de ações estratégicas de comunicação, tendo como foco o interesse público e a promoção da livre concorrência. Para isso, utiliza ferramentas de comunicação interna e externa para veicular informações de forma célere, objetiva e transparente. Cabe também à Ascom/Cade trabalhar de forma integrada com as demais áreas da autarquia para promover o fortalecimento da cultura da concorrência no Brasil.

Nesse sentido, este Plano de Comunicação reúne as principais ações programadas pela unidade para o ano de 2022, com o objetivo principal de ampliar o alcance e a efetividade das ações de comunicação interna e externa com iniciativas relacionadas à comunicação institucional e social do Cade.

O Plano de Comunicação 2022 é subsidiado pelas diretrizes do novo Mapa Estratégico do Cade e pelos os projetos previstos no Plano Estratégico 2021-2024: Por um Brasil mais Competitivo. A elaboração do plano atende também ao estabelecido no Art. 16 da Lei nº Lei 13.848/2019, que determina que “a agência reguladora deverá implementar, em cada exercício, plano de comunicação voltado à divulgação, com caráter informativo e educativo, de suas atividades e dos direitos dos usuários perante a agência reguladora e as empresas que compõem o setor regulado”.

## CENÁRIOS E PERSPECTIVAS

### Defesa da Concorrência no Brasil

A Constituição Federal de 1988 apresenta um capítulo dedicado aos Princípios Gerais da Atividade Econômica. O princípio da livre concorrência está previsto no artigo 170, inciso IV, e baseia-se no pressuposto de que a competição não pode ser restringida por agentes econômicos com poder de mercado. Nesse sentido, é dever do Estado zelar para que as organizações com poder de mercado não abusem desse poder de forma a prejudicar a livre concorrência.

O artigo 170 também prevê punição para os atos praticados contra a ordem econômica. Para o cumprimento dessas regras constitucionais, é necessária a existência de uma estrutura institucional capaz de fiscalizar a ordem econômica e impedir as práticas anticoncorrenciais ou abusivas.

Nesse sentido, a Lei nº 12.529/11, que em 2022 completa 10 anos, confere ao Cade a missão de prevenir e reprimir infrações e abusos econômicos. O normativo reestruturou o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC), definindo seus órgãos integrantes e suas competências dentro do contexto da defesa da concorrência. Entre outros pontos, a legislação estabelece também a forma de implementação da política antitruste no país, dispondo sobre a competência dos órgãos.

Por conta disso, a defesa da concorrência tem importância vital na economia de um país, uma vez que assegura o bom funcionamento de mercado, garantindo aos consumidores diversidade de produtos e serviços, por preço e qualidade adequados, em um ambiente que estimula a criatividade e a inovação das empresas.

Consciente do impacto de sua atuação, o Cade aprimora constantemente as suas políticas públicas para seguir defendendo e estimulando a livre concorrência. Desse modo, a autarquia impulsiona a eficiência do mercado, permitindo ao consumidor a faculdade de comprar aquilo que lhe convém, o que não ocorre nos mercados concentrados. A partir de ações estratégicas programadas para os próximos anos, o Cade espera continuar influenciando positivamente esse cenário.

O Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) é uma autarquia federal, vinculada ao Ministério da Justiça e Segurança Pública, com sede e foro no Distrito Federal, que exerce, em todo o território nacional, as atribuições conferidas pela Lei nº 12.529/2011, e complementadas pelo Regimento Interno (RiCade) da autarquia.

O Cade possui, institucionalmente, três funções: repressiva, preventiva e educativa. Isto é, a autarquia é a entidade responsável pela repressão às infrações contra a ordem econômica e pelo controle preventivo dos atos de concentração empresarial no Brasil. Também tem como atribuição fomentar e disseminar a cultura da livre concorrência no país.

No âmbito de suas competências institucionais, o Cade atua buscando a manutenção de um ambiente competitivo saudável no país, prevenindo ou reprimindo atos contrários à ordem econômica e à livre competição. Para isso, é orientado pelos ditames constitucionais de liberdade de iniciativa, livre concorrência, função social da propriedade, defesa dos consumidores e repressão ao abuso do poder econômico.

Em 2021, o Cade registrou número recorde de atos de concentração submetidos à análise do órgão: 627 negócios, que somaram R\$ 1,7 trilhão em valor de operações. No mesmo período, 611 atos de concentração foram avaliados pelo Cade, em um prazo médio geral de 33 dias. Considerando somente os casos enquadrados como sumários, classificados como mais simples do ponto de vista concorrencial, o número cai para 20 dias – um dos menores prazos do mundo.

No âmbito da repressão às infrações à ordem econômica, em 2021 o Tribunal do Cade julgou 25 processos administrativos e homologou nove Termos de Compromisso de Cessação (TCC), que resultaram no recolhimento de cerca de R\$ 265,5 milhões, entre multas e contribuições pecuniárias.

No contexto internacional, o Cade foi vencedor no Antitrust Compliance Awards, promovido pela revista francesa Concurrences, e classificado como finalista do GCR Awards, da revista britânica Global Competition Review. Pelo nono ano consecutivo, o Cade foi eleito pela GCR como uma das melhores agências antitruste do mundo, além

de ter sido premiado, duas vezes seguidas, como um dos lugares mais incríveis para se trabalhar no Brasil, de acordo com a Fundação Instituto Administração, no prêmio FIA/UOL.

A parceria entre instituições da Administração Pública e um maior protagonismo no cenário internacional foram destaques na atuação do Cade em 2021, que resultou na celebração de 10 acordos de cooperação com instituições públicas, assinaturas de dois memorandos de entendimento, sendo um com a autoridade antitruste da Índia e outro com a do México, e a participação da autarquia em cinco fóruns internacionais.

Marcaram o ano de 2021 também, entre outros fatos relevantes, o lançamento do Plano Estratégico do Cade 2021-2024 e a implementação do programa de gestão por resultados na autarquia, o PG.Cade. Iniciativas voltadas para a difusão da cultura da concorrência também são destaques na edição. Entre elas, a realização, em parceria com a Rede Woman in Antitrust (WIA), da WICADE – 1ª Competição de Direito Concorrencial, e a edição do Cade Mecum, livro que reúne os principais normativos referentes à defesa da concorrência no Brasil.

## OBJETIVOS

Este Plano de Comunicação, em consonância com o Plano Estratégico do Cade 2021-2024: Por um Brasil Mais Competitivo, tem como objetivo principal:

**“Ampliar alcance e efetividade das ações de comunicação interna e externa.”**

O escopo desse objetivo estratégico contém as iniciativas relacionadas à comunicação institucional e social do Cade com a finalidade de divulgar e prestar contas das ações da autarquia, abrangendo a sociedade e o público interno. Por meio de ações a serem desenvolvidas ao longo do ano, a Ascom/Cade busca difundir a missão do Cade, tendo como foco o interesse público e a promoção da livre concorrência.

Em âmbito externo, a Ascom/Cade tem como finalidade intensificar a divulgação do trabalho do Cade, ampliar os canais e serviços de comunicação oferecidos à sociedade, gerar mais conteúdos para a imprensa, e estimular a interlocução com o público.

Já em relação ao público interno, o objetivo é promover melhorias nos meios de comunicação interna, favorecer a integração e o sentimento de pertencimento à instituição, contribuir para maior produtividade, mais satisfação e valorização dos colaboradores do Cade, de modo a fortalecer o clima organizacional e proporcionar o alcance de objetivos e metas em comum.

## PÚBLICO-ALVO

### Público Interno

Formado pela força de trabalho do Cade:

- Servidores concursados
- Servidores cedidos por outras instituições
- Servidores comissionados
- Prestadores de serviços terceirizados
- Estagiários
- Consultores

### Público Externo

Formado por pessoas que têm contato com a autarquia de diferentes maneiras e em diversos níveis:

- Sociedade
- Jornalistas
- Advogados especializados em defesa da concorrência
- Representantes de empresas/mercado
- Órgãos dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário
- Outros órgãos do setor público
- Órgãos internacionais congêneres de defesa da concorrência
- Acadêmicos



## CANAIS DE COMUNICAÇÃO

1. Site do Cade na Intranet
2. Site do Cade na Internet
3. Perfil do Twitter do Cade
4. Canal do YouTube do Cade
5. Página do LinkedIn do Cade
6. Página do Instagram do Cade
7. Mailing de notícias
8. Lista de Transmissão no WhatsApp

## ATIVIDADES DA ASCOM

### Comunicação Interna

A Ascom mantém uma intensa produção de conteúdo para seus colaboradores, por meio dos canais internos, com os seguintes produtos:

1. **Intranet:** Canal de comunicação acessado apenas por colaboradores do Cade, composto por:
  - a. Matérias jornalísticas;
  - b. Clipping de notícias – notícias sobre o Cade e a defesa da concorrência nos principais jornais do Brasil e do exterior;
  - c. Publicações de boletins das unidades do Cade;
  - d. Mural Solidário – sugestões de institutos e demais órgãos que necessitam de auxílio;
  - e. Eu indico – sugestões de livros, filmes, estudos acadêmicos pelos colaboradores do Cade;
  - f. Bem-vindo ao Cade – editoria de apresentação de novos colaboradores da autarquia
  - g. Repositório de Webinars – biblioteca de webinars com participação de autoridades e técnicos do Cade
  - h. Galeria de fotos e de vídeos

**2. Cade Informa:** lista de transmissão gerida pela Ascom/Cade com informações relevantes e de interesse dos colaboradores, com informes sobre julgamentos do Tribunal Administrativo, divulgação de publicações do Cade, vagas de trabalho/estágio, webinars com participação de técnicos e autoridades do Cade, informes internos de manutenção, campanhas comemorativas, capacitações, entre outros assuntos.

**3. Produção de conteúdo jornalístico e publicitário:** para atendimento de demandas referentes a eventos, publicação de artigos, informes, apresentações de autoridades, entre outros.

## Comunicação Externa

**1. Atendimento à imprensa:** atendimento de demandas de jornalistas por telefone, WhatsApp e e-mail do Cade; intermediação dos jornalistas com técnicos da área finalística para saneamento de dúvida; envio de artigos, realização de entrevistas, entre outras atividades.

**2. Produção de releases:** os releases e textos institucionais são produzidos, em geral, com informações sobre abertura de investigações, andamento de processos, estudos e pareceres econômicos, decisões de casos relevantes na sessão de julgamento, acordos nacionais e internacionais firmados. Há ainda divulgações sobre outras atividades relacionadas à autarquia, como realização de eventos, abertura de vagas de trabalho, consultoria, entre outros temas. Os releases são publicados na homepage do site do Cade e disparados por e-mail para o mailing de imprensa. Trata-se de uma divulgação proativa.

**3. Produção de vídeos e imagens:** conteúdo jornalístico e publicitário para atendimento de demandas referentes a eventos, publicação de artigos, informes, apresentações de autoridades, entre outros.

**4. Envio de Mailing:** gestão de lista de jornalistas dos principais veículos de comunicação, nacionais e internacionais, em que são enviados os releases e notas oficiais do Cade.

**5. Clipping de Notícias:** coletânea de notícias, reportagens e artigos publicados na mídia e relacionados ao Cade ou a temas que tenham interlocução com a defesa da

concorrência, como aquisições, fusões e joint ventures entre empresas ou ainda cartéis e direito da concorrência.

**6. Relatividade:** análise de mídia por meio do conteúdo publicado no clipping de notícias da Ascom/Cade, em que as matérias são classificadas como positivas, negativas ou neutras.

**7. Preparação e acompanhamento de porta-vozes:** apoio da Ascom/Cade às autoridades da autarquia e acompanhamento em entrevistas e declarações à imprensa.

**8. Gestão do site do Cade:** gestão de conteúdo do site do Cade ([gov.br/cade](http://gov.br/cade)), com atualização de matérias, informes, publicações, dados sobre as sessões de julgamento, painel de atuação do Cade, dados institucionais, contatos, entre outros.

**9. Gestão do Twitter do Cade:** produção e gestão de conteúdo voltado para o perfil do Twitter do Cade.

**10. Gestão do YouTube do Cade:** produção de vídeos, veiculação das sessões de julgamento do Cade e gestão de conteúdo para o canal do YouTube do Cade.

**11. Gestão do LinkedIn do Cade:** produção e gestão de conteúdo para a página do Cade no LinkedIn.

**13. Gestão do Instagram do Cade:** produção e gestão de conteúdo para o perfil do Cade no Instagram.

## PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO 2022

O Planejamento Estratégico da Ascom/Cade está em consonância com o Mapa Estratégico do Cade, cuja missão é a de zelar por um ambiente concorrencial saudável. Também está alinhando à visão de ser agente indutor do aumento da competitividade no Brasil.

Os projetos da Ascom/Cade são voltados para atender o objetivo de **ampliar o alcance e efetividade das ações de comunicação interna e externa**, de maneira a levar para a sociedade uma maior ciência do papel do Cade na defesa da concorrência e a sua importância para a economia e a sociedade. O incremento das ações de comunicação virá por meio de projetos de avaliação do Cade, lançamento de perfil no Instagram, criação de sites em línguas estrangeiras, além de ações de comunicação para o fortalecimento da imagem do Cade interna e externamente. Entre elas, dois projetos importantes em comemoração a datas históricas para a autarquia: os 10 anos da Lei 12.529/2011 (maio) e os 60 anos do Cade (setembro).

Além disso, para 2022 estão previstas ações que decorrem das análises realizadas pelos órgãos internos, como o Tribunal Administrativo, a Superintendência-Geral, e o Departamento de Estudos Econômicos, bem como ações relacionadas a datas comemorativas. Também estão incluídas na programação demandas dos departamentos, na comunicação interna e externa, e demandas de imprensa.

## PROJETOS DA ASCOM

Iniciativa	Projeto	Objetivo
IE5.1 - Ampliar o alcance Institucional do Cade na Internet	Cade.BR Plus	Alinhar a forma e o conteúdo do novo site do Cade (gov.br/cade) às diretrizes propostas pela Secom para padronização dos portais do executivo federal.
	Cade.es - Criação do site em espanhol	-
	Cade.com - Migração do site em inglês	-
	Instagram/cade	Criar, gerenciar conteúdo e ampliar a cultura da defesa da concorrência com uma conta oficial do Instagram do Cade
IE5.2 - Fortalecer os canais de comunicação com o público interno	Intranet 2.0 - Implementação de funcionalidades na Intranet	Incrementar as ferramentas de comunicação interna por meio da Intranet do Cade com a remodelação da home da Intranet, criação de novas colunas, novas seções, promover interação entre os colaboradores (projeto rede social).
	Campanha PE 21-24	-
IE5.3 Aprimorar a comunicação com a sociedade	Avaliação da percepção social do Cade	Avaliar a efetividade da atuação do Cade sob a ótica da sociedade a fim de balizar as políticas públicas de defesa da concorrência e o entendimento do que é o Cade e sua importância para o ambiente concorrencial e econômico no Brasil.
	Manual de Comunicação	Difundir o Instrumento de alinhamento da comunicação para os colaboradores da Ascom, a fim de direcionar com clareza as demandas de comunicação e de produção de informações transparentes, claras e objetivas nos âmbitos interno e externo.
	Criar Indicadores de Efetividade da comunicação	Criar índice de efetividade da comunicação

## AÇÕES PROGRAMADAS PARA 2022

Mês	Evento	Ação	Público-alvo
janeiro/fevereiro	PinCade	Divulgação nos canais internos e externos	Interno/externo
março	Lançamento do Instagram do Cade	Divulgação nos canais internos e externos	Interno/externo
março	Evento ICN Merger Workshop	Divulgação nos canais internos e externos	Interno/externo
março	Dia Internacional da Mulher	Divulgação nos canais internos	Interno
abril	Quinzena da Qualidade de Vida no Trabalho	Divulgação nos canais internos	Interno
maio	Dia das mães	Divulgação nos canais internos	Interno
maio	1 ano de Cade Informa	Divulgação nos canais internos	Interno
maio	10 anos da Lei 12.529/2011	Divulgação nos canais internos e externos	Interno/externo
maio	Dia do trabalhador	Divulgação nos canais internos	Interno
junho	Dia mundial do meio ambiente	Divulgação nos canais internos	Interno
junho	Dia mundial do doador de sangue	Divulgação nos canais internos	Interno
junho	Dia do vigilante	Divulgação nos canais internos	Interno
agosto	Dia dos pais	Divulgação nos canais internos	Interno
agosto	Agosto lilás	Divulgação nos canais internos	Interno
agosto	Dia do estagiário	Divulgação nos canais internos	Interno
setembro	Setembro amarelo - combate ao suicídio	Divulgação nos canais internos	Interno
setembro	Dia da secretária	Divulgação nos canais internos	Interno
setembro	Aniversário do Cade – 60 anos	Divulgação nos canais internos e externos	Interno/externo
outubro	Outubro rosa	Divulgação nos canais internos	Interno
outubro	Dia das crianças	Divulgação nos canais internos	Interno
outubro	Dia do servidor público	divulgação nos canais internos	Interno
outubro	Semana Nacional de Combate a Cartéis	-	-
outubro	Dia nacional de combate a cartéis	divulgação nos canais internos e externos	Interno/externo
novembro	Novembro azul	divulgação nos canais internos	Interno
dezembro	celebração do Natal	divulgação nos canais internos	Interno
dezembro	celebração do Ano Novo	divulgação nos canais internos	Interno

## PUBLICAÇÕES DO CADE

Mês	Área responsável	Publicação	Tema	Público-alvo
fevereiro	Ascom	Anuário 2021	Apresentação de resultados alcançados pela autarquia e é mais um meio pelo qual reforçamos o compromisso do Conselho com a transparência e com a difusão da cultura de defesa da concorrência	Interno/externo
fevereiro	DAP	Plano de Desenvolvimento de Pessoas 2022	Ações para o desenvolvimento de conhecimentos, habilidades e atitudes dos servidores que sejam relevantes para o cumprimento dos objetivos do Cade	Interno
março	CGP	Revista de Defesa da Concorrência	Nova edição 1/2022	Externo
julho	Presidência	Coletânea de artigos PinCade	-	Externo
novembro	CGP	Revista de Defesa da Concorrência	Nova edição 2/2022	Externo

## RESULTADOS

Os indicadores de mensuração de resultados da Comunicação estão em construção. Contudo, o quantitativo de produção de conteúdo é mensurado mensalmente: 1. Demandas atendidas 2. Principais veículos atendidos 3. Matérias clippadas 4. Matérias clippadas com menção ao Cade 5. Relatividade: análise de sentimento 6. Redes Sociais: engajamento 7. Produção de conteúdo – releases 8. Produção de conteúdo – informes intranet 9. Produção de conteúdo – imagens e artes 10. Sessões de Julgamento – matérias de releases com destaque no clipping