



ANÁLISE DE METAS E RESULTADOS

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

2020

Estratégia de Longo Prazo 2018-2022
Plano de Negócios 2020

Aprovação: Deliberação DIREX nº 18 de 15/4/2021 e Deliberação CONSAD nº 14 de 26/4/2021

Secretaria Executiva

Análise de Metas e Resultados 2020

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Estratégia de Longo Prazo 2018-2022

Plano de Negócios 2020



Art. 23, § 2º da Lei nº 13.303/2016

Art. 37, § 3º do Decreto nº 8.945/2016

Art. 50, inciso XXXIII do Estatuto Social da EBC

SUMÁRIO

01	Apresentação	04
02	Visão Geral da EBC	07
03	Ambiente de Atuação	11
04	Estratégia de Longo Prazo	14
05	Análise do Desempenho Anual da Estratégia - Plano de Negócios 2020	16
06	Análise de Riscos e Oportunidades da Estratégia de Longo Prazo	42
07	Cadeia de Valor - Processos de Trabalho	46
08	Considerações Finais	50

01

APRESENTAÇÃO

Este relatório apresenta a Análise de Atendimento das Metas e Resultados na execução do Plano de Negócios, planejamento de nível tático e operacional, e da Estratégia de Longo Prazo 2018-2022 promovidas pelo Conselho de Administração - CONSAD, referente aos resultados do exercício 2020, em cumprimento aos termos do § 2º, artigo 23 da Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016, § 3º, artigo 37 do Decreto nº 8.945, de 27 de dezembro de 2016, e inciso XXXIII, artigo 50 do Estatuto Social da EBC.

A análise é baseada nos resultados dos Objetivos Estratégicos, mensurados por meio dos Indicadores Estratégicos e Projetos Operacionais aprovados no Plano de Negócios*. Esses indicadores permitem que a Empresa verifique a convergência dos resultados em face da estratégia definida para atingir a sua Missão e Visão de Futuro.

Os resultados alcançados pela Empresa são monitorados por meio do Relatório de Monitoramento do Plano de Negócios e das Reuniões de Avaliação da Estratégia – RAE, em consonância com o disposto na Lei nº 13.303/2016. Isto demonstra que a Estratégia de Longo Prazo da EBC está cada dia mais consolidada.

O Mapa da EBC traduz a Estratégia de Longo Prazo da Empresa, com vistas ao atendimento da sua função social de relevante interesse coletivo, nos termos da Lei das Estatais e da Constituição Federal de 1988. É formado por nove Objetivos Estratégicos que estão organizados em diferentes perspectivas (Resultado, Processos Internos e Recursos) e interligados por relações de causa e efeito.

Em 2020, foi realizada a Reunião de Avaliação da Estratégia – RAE, na qual ocorreu análise e atualização dos Indicadores e Projetos Estratégicos, que orientam as ações da Empresa rumo aos objetivos prioritários do negócio. A revisão da estratégia foi aprovada pela Diretoria Executiva – DIREX** e pelo Conselho de Administração – CONSAD***.

A Estratégia de Longo Prazo foi desdobrada no Plano de Negócios que é constituído pelos Projetos Operacionais vinculados aos Objetivos Estratégicos.

Os dois Objetivos Estratégicos de resultado (1 e 2)**** não possuem Projetos Operacionais diretamente vinculados, pois, de acordo com a metodologia adotada na EBC, o resultado é atingido por meio dos demais objetivos.

Com foco na contribuição para o alcance da estratégia, foram estabelecidos pelas áreas 104 Projetos Operacionais no Plano de Negócios, distribuídos nas Plataformas de TV, Rádio e WEB, das atividades de Acervo, Serviços, da Rede Nacional de Comunicação Pública, da área de Operações, Engenharia e Tecnologia, e da Gestão Empresarial e Administração.

104 Projetos Operacionais Planejados	Objetivos Estratégicos****	Total de Projetos
	3. Ampliar as receitas e o portfólio de produtos e serviços	11
	4. Intensificar a atuação na WEB	6
	5. Ampliar o alcance da TV e Rádio, por meio da estrutura própria ou de afiliadas	9
	6. Aprimorar a concepção e a integração dos conteúdos multiplataformas	44
	7. Racionalizar os custos	4
	8. Investir nas tecnologias prioritárias	7
	9. Aprimorar a gestão organizacional e de pessoas	23

Figura 1 – Total de Projetos Operacionais por Objetivo Estratégico

*Aprovado pela Deliberação DIREX nº 110 de 12/12/2019 e CONSAD nº 40 de 18/12/2019.

**Deliberação DIREX nº 60 de 13/08/2020.

***Deliberação CONSAD nº 34 de 14/12/2020.

As diretrizes definidas pelo Conselho de Administração foram reunidas em quatro grandes pilares de gestão da Empresa: Serviços, Marketing e Negócios e Acervo; Operações, Engenharia e Tecnologia; e Gestão Empresarial e Administração que nortearam a definição e priorização dos projetos operacionais.



Figura 2 - Diretrizes CONSAD

02

VISÃO GERAL DA EBC

IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

PODER E ÓRGÃO DE VINCULAÇÃO

Poder: Executivo

Órgão de Vinculação: Ministério das Comunicações

IDENTIFICAÇÃO

Natureza Jurídica: Empresa Pública Federal

Principal Atividade: Prestar serviços de radiodifusão pública e serviços conexos, de forma a observar a complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.

CONTATOS



Telefone: (61) 3799-5700



SCS Quadro 08, Bloco B 50/60, 1º Subsolo Ed. Venâncio 2000 – Asa Sul, Brasília – DF - Caixa Postal: 08840 – CEP: 70333-900



Página na Internet: www.ebc.com.br

ADMINISTRADORES

Conselho de Administração

Secretaria de Governo da Presidência da República -
SEGOV

Nilson Kazumi Nodiri (Presidente do Conselho)

Diretor-Presidente da EBC - PRESI

Glen Lopes Valente (a partir do dia 30/9/2020)

Luiz Carlos Pereira Gomes (até o dia 29/9/2020)

Conselheiro Independente

Carlo Iberê Gervásio de Freitas

Representante dos Empregados da EBC

Edvaldo Aparecido Cuaio

Conselheiro Independente

Elisabeu de Abreu Ferriche

Ministério do Turismo - MTUR

Hélio Ferraz de Oliveira (a partir do dia 22/3/2021)

Ministério da Economia - ME

Jorge Luiz de Lima (a partir do dia 22/3/2021)

Gustavo Leipnitz Ene (até o dia 21/1/2021)

Ministério das Comunicações - MCOM

Maria Estella Dantas Antonichelli

Ministério da Educação - MEC

Paulo Cesar Abrantes (a partir do dia 22/2/2021)

Djaci Vieira de Sousa (até o dia 21/2/2021)

Diretoria Executiva

Diretor-Presidente - PRESI

Glen Lopes Valente (a partir do dia 30/9/2020)

Luiz Carlos Pereira Gomes (até o dia 29/9/2020)

Diretor-Geral - DIGER

Roni Baksys Pinto

Diretor de Operações, Engenharia e Tecnologia - DOTE

Alexandre Henrique Graziani

Diretor de Conteúdo e Programação - DICOP

Denilson Morales da Silva

Diretor de Administração, Finanças e Pessoas - DIAFI

Márcio Kazuaki Fusissava

Diretora de Jornalismo - DIJOR

Sirlei Batista

FINALIDADE E COMPETÊNCIAS INSTITUCIONAIS

A Empresa Brasil de Comunicação S.A – EBC é uma empresa pública, instituída pela Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, com as modificações introduzidas pela Lei nº 13.417, de 1º de março de 2017, e seu Estatuto Social aprovado pela Assembleia Geral Extraordinária de 4 de novembro de 2020 e atualizado pela Assembleia Geral Extraordinária de 2 de fevereiro de 2021, organizada sob a forma de sociedade anônima de capital fechado, vinculada ao Ministério das Comunicações. Constituída com o propósito de prestar serviços de radiodifusão pública e serviços conexos, de forma a observar a complementaridade dos sistemas privado, público e estatal, princípio constante no artigo 223 da Constituição Federal e expresso no artigo 2º, inciso I, da Lei nº 11.652/2008.

A EBC foi criada para contribuir com a construção da cidadania. Tem função estratégica na promoção do desenvolvimento e da integração nacional ao levar uma programação rica em educação e cultura a todos os segmentos da sociedade brasileira, em todas as regiões do País. Esse objetivo é atingido por meio da ação dos veículos de comunicação que compõem a EBC.



Figura 3 - Identidade Corporativa

FINALIDADE E COMPETÊNCIAS INSTITUCIONAIS

Mapa Estratégico - Objetivos Estratégicos 2018-2022

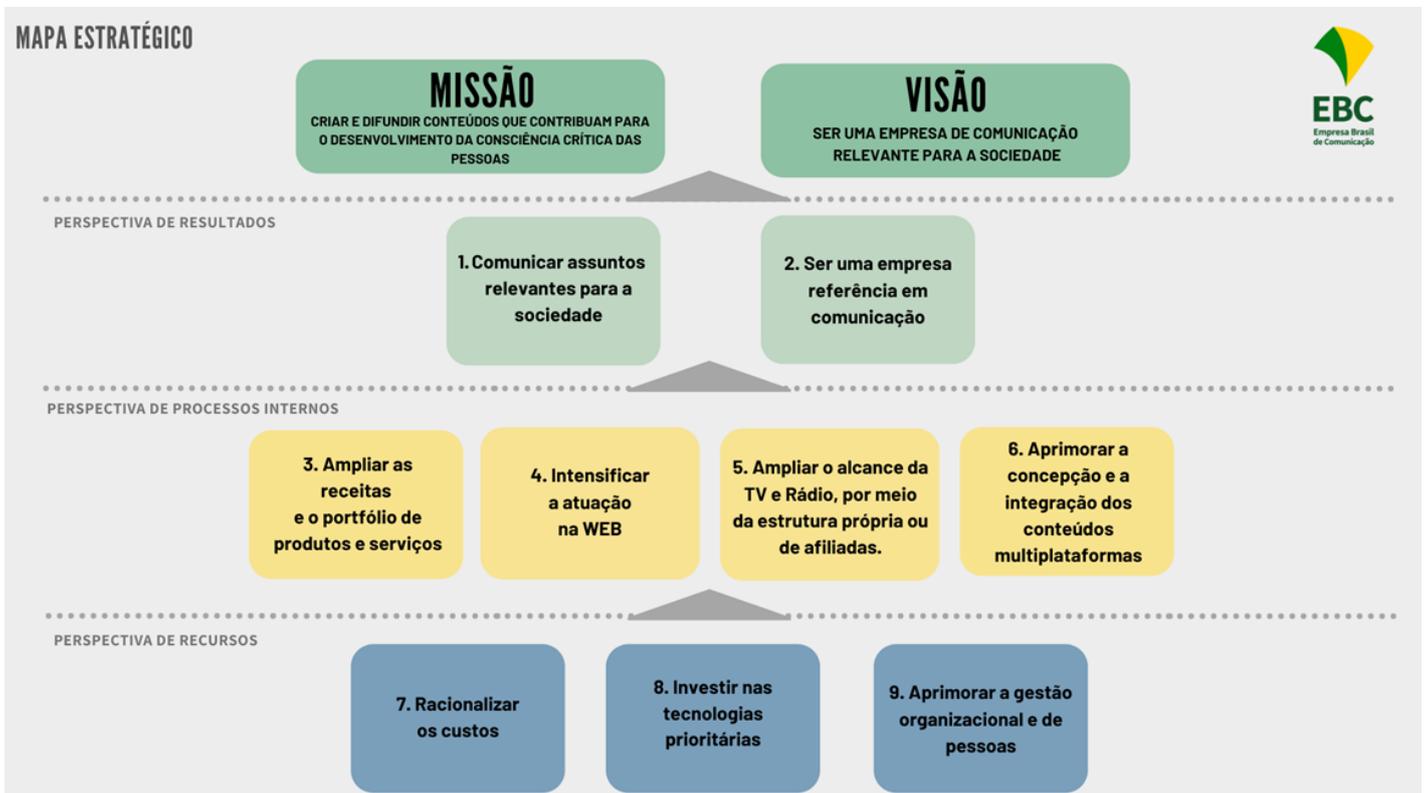


Figura 4 - Mapa Estratégico da EBC

03

AMBIENTE DE ATUAÇÃO

AMBIENTE DE ATUAÇÃO

A EBC atua no ramo da comunicação e da prestação de serviços conexos e de publicidade legal, especialmente, no campo da radiodifusão pública para a distribuição de conteúdos próprios ou de terceiros, nas plataformas TV, Rádio e WEB, e, deve fomentar a produção de conteúdos regionais e independentes. O inciso VII, do artigo 3º, da lei de criação da EBC (Lei nº 11.652/2008), destaca o direcionamento para a produção e a programação destinadas às finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas, científicas e promotoras da cidadania, sem retirar seu caráter competitivo na conquista do maior número de ouvintes e/ou telespectadores, complementando os sistemas privado e estatal.

Para o desenvolvimento das competências relativas à comunicação pública, a EBC gere o Sistema de Comunicação Pública formado por seus veículos de TV, Rádio e WEB. Contudo, a busca de audiência é congruente às finalidades, aos princípios e aos objetivos da radiodifusão pública do Poder Executivo Federal, estabelecidos na Lei nº 11.652/2008. O mesmo vale para o direcionamento da produção e da programação de conteúdos.

A Estratégia de Longo Prazo da EBC está diretamente relacionada aos efetivos resultados da Política de Comunicação Pública do Governo Federal, que está correlacionada com a ampliação da cobertura em sinal digital, da TV Brasil e da cobertura das Rádios Públicas em FM.

O Plano Plurianual - PPA é o instrumento de planejamento governamental que reflete a estratégia do Governo Federal para assegurar a universalização das políticas públicas brasileiras. Nele estão contidos programas, que organizam as agendas de governo por temas relacionados a essas políticas. Cada Programa é composto por objetivos, indicadores e metas que estão correlacionados a um macrodesafio.

A EBC é parte integrante do **PPA 2020-2023**, e, relaciona a Estratégia de Longo Prazo com o Programa Temático **“Comunicação Pública e Divulgação de Atos e Matérias do Governo Federal”**, na qual é responsável pelo atendimento do objetivo **“Ampliar e modernizar a difusão para a sociedade de conteúdos de interesse público e de atos e matérias do Governo Federal”**. A efetividade das entregas desse objetivo é acompanhada pela seguinte meta: **“Ampliar o índice de cobertura da radiodifusão para 100% com a difusão de conteúdos multimídias de natureza educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania, nas capitais, no Distrito Federal e suas regiões metropolitanas, por meio da geração própria ou da Rede Nacional de Comunicação Pública”**.

Além disso, no PPA 2020-2023, a EBC monitora dois Resultados Intermediários, que se referem "a um produto (bem ou serviço) ou a um resultado da ação governamental, que contribui de forma relevante para o alcance do Objetivo e da Meta do Programa". Os Resultados Intermediários são: **“Expansão da radiodifusão por TV Digital”**; e **“Expansão da radiodifusão por Rádio FM”**.

No que tange à meta de **“Ampliar o índice de cobertura da radiodifusão (...)”**, a previsão de alcance para 2020 foi de 61% das capitais a serem atendidas com o sinal de TV Digital e Rádio FM, tendo alcançado 59% ao final do exercício, ou seja, a EBC atingiu 97% do planejado. A tabela abaixo demonstra o resultado, assim como, os resultados intermediários de TV e de Rádio, separadamente.

Tabela 1 - Índice de cobertura da radiodifusão

VEÍCULOS	CAPITAIS		LINHA DE BASE (31.12.18)		META 2020		ATENDIDAS ATÉ 2020	
	QUANT.	%	QUANT.	%	QUANT.	%	QUANT.	%
TV	27	50%	19	70%	21	78%	21	78%
RÁDIO	27	50%	7	26%	12	44%	11	41%
TOTAL	54	100%	26	48%	33	61%	32	59%

AMBIENTE DE ATUAÇÃO

A execução da meta e, conseqüentemente, o alcance do objetivo sob a responsabilidade da EBC ficou próximo ao estimado, mesmo em um cenário adverso, devido à pandemia da COVID-19. Além disso, alguns equipamentos de Rádios adquiridos sofreram atrasos na entrega por parte do fornecedor, com impacto no atendimento pleno de todas as capitais, consoante o planejamento inicial.

Os mapas abaixo demonstram as capitais que estão atendidas com o sinal digital da TV Brasil e com a Rádio FM, assim como as atuais afiliadas:

PPA 2020/2023 – REDE NACIONAL DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA / TV

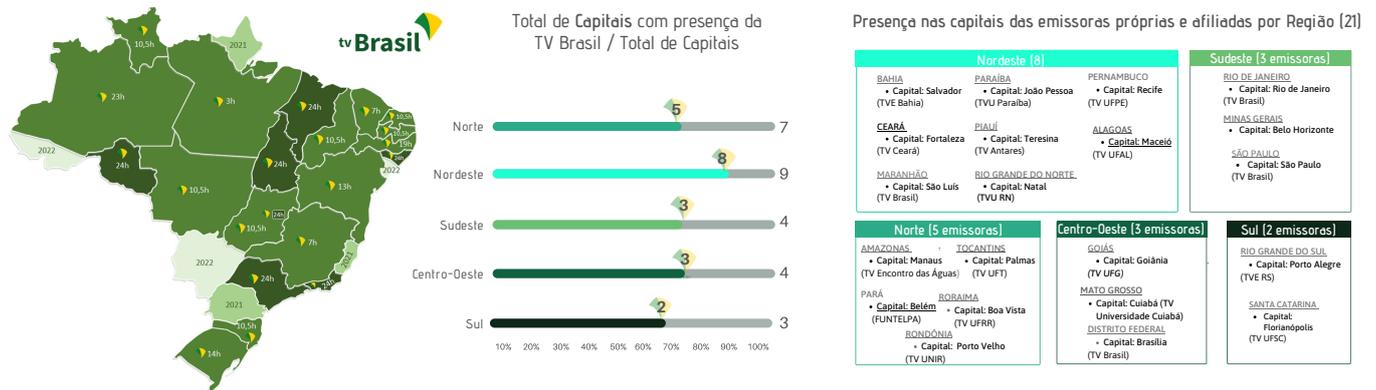


Figura 5 – Demonstração das capitais com cobertura da TV Brasil EBC Digital e RNCP/TV

PPA 2020/2023 – REDE NACIONAL DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA/ RÁDIO

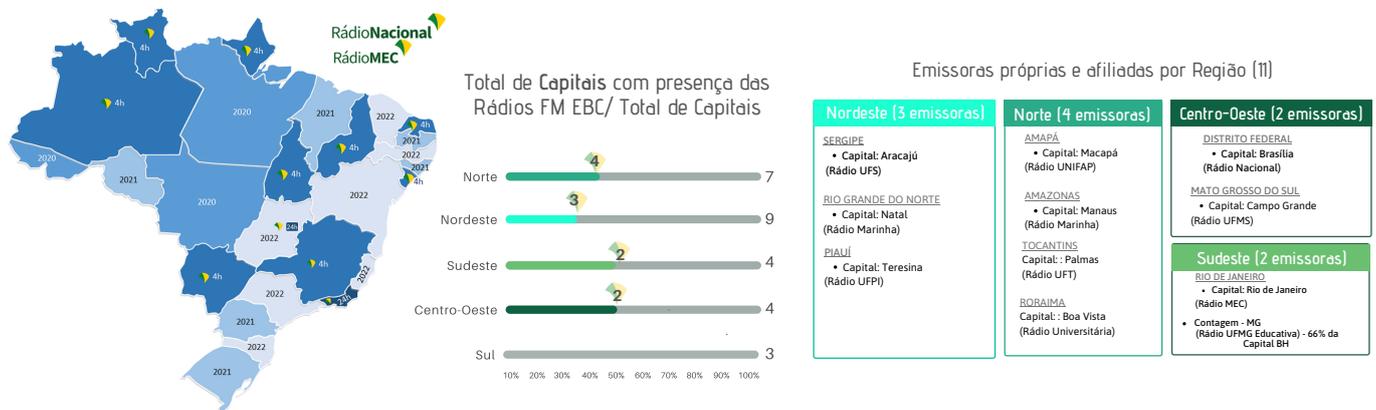


Figura 6- Demonstração das capitais com cobertura das Rádios EBC FM e RNCP/Rádio

04

ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO

ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO

Estágio de Implementação do Planejamento Estratégico

A EBC está atenta às boas práticas de governança corporativa, com intuito de aprimorar, intensificar e disseminar as ferramentas de planejamento e gestão praticadas, no sentido de acompanhar a modernização que ocorre em todas as áreas voltadas à administração e à gestão do Governo Federal, principalmente em relação às empresas estatais. A EBC adotou o *Balanced Scorecard – BSC* como metodologia para definir e monitorar os Objetivos Estratégicos.

A estratégia da Empresa está diretamente associada à conjuntura política, tecnológica e econômica do País, sendo necessário adequar-se continuamente a novos cenários e possíveis restrições, principalmente orçamentárias.

Diante dessa perspectiva, em 2020, foi realizada a etapa de monitoramento da estratégia por meio da Reunião de Avaliação da Estratégia - RAE, que resultou na reavaliação dos Indicadores Estratégicos, conforme disposto abaixo:

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES ESTRATÉGICOS
1. Comunicar assuntos relevantes para a sociedade	1. Posicionamento da TV Brasil no mercado de atuação 2. Índice de audiência média de público da Rádio Nacional 3. Índice de audiência média de público da Rádio MEC 4. Índice de audiência da Agência Brasil 5. Índice de Audiência no Facebook da TV Brasil 6. Índice de Audiência no Facebook da TV Brasil Gov 7. Índice de Audiência no Youtube TV Brasil 8. Índice de Audiência no Youtube TV Brasil Gov 9. Conteúdo difundido (Atos e Matérias do Governo Federal)
2. Ser uma empresa referência em comunicação	10. Índice de replicações da Agência Brasil
3. Ampliar as receitas e o portfólio de produtos e serviços	11. Receita faturada
4. Intensificar a atuação na WEB	12. Quantidade de conteúdos disponibilizados na WEB
5. Ampliar o alcance da TV e rádio, por meio da estrutura própria ou de afiliadas	13. Índice de Alcance das Rádios 14. Índice de Alcance das TVs 15. Índice de Cobertura da Radiodifusão – TV Digital 16. Índice de Cobertura da Radiodifusão – Rádio FM
6. Aprimorar a concepção e a integração dos conteúdos multiplataformas	17. Distribuição de conteúdos multiplataformas
7. Racionalizar os custos	18. Custos apurados
8. Investir nas tecnologias prioritárias	19. Tecnologia prioritárias implantadas
9. Aprimorar a gestão organizacional e de pessoas	20. Índice de Governança 21. Índice de capacitação de competências críticas

Figura 7 - Objetivos e Indicadores Estratégicos

05

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

O Mapa Estratégico declara a estratégia de atuação da Empresa, mediante um conjunto amplo de objetivos que direcionaram as decisões dos gestores e o desempenho institucional.

Esses objetivos foram agrupados em três perspectivas que retratam os principais desafios a serem enfrentados pela Empresa: a perspectiva de resultados compreendeu as ações em que a EBC envidou esforços para atender às expectativas das partes interessadas (sociedade, Governo, parceiros e empregados); a perspectiva de processos internos retratou as ações prioritárias nas quais a EBC se empenhou para maximizar os resultados; e a perspectiva de recursos demonstrou ações e inovações nas áreas de gestão de pessoas, de orçamento, de tecnologia e de comportamento organizacional, necessárias para assegurar o crescimento e o aprimoramento contínuo da Empresa.

Os 104 projetos operacionais, constantes no Plano de Negócios 2020, foram vinculados aos Objetivos Estratégicos do Mapa, principalmente nas perspectivas de processos internos e de recursos. Importante destacar que em razão da metodologia do BSC, apesar de não haver vinculação direta, esses projetos impactaram no alcance dos objetivos previstos na perspectiva de resultado.

Cabe ressaltar que a metodologia do percentual médio de realização das atividades planejadas nos Projetos Operacionais foi utilizada para apurar a contribuição desses projetos para os Objetivos Estratégicos. Dos 104 Projetos Operacionais, 4 foram cancelados em função de mudança no escopo para manter a aderência às Diretrizes dos Colegiados e devido a priorização de ações de oportunidade. Os outros 100 projetos alcançaram o percentual médio de execução de 90% das atividades previstas.

Ao longo do ano a execução da estratégia da Empresa foi impactada, principalmente, em consequência da pandemia na qual o País está enfrentando, o que tornou necessário adiar para 2021 ações e eventos que estavam previstos.

Além disso, seguem listados na tabela abaixo os principais fatores intervenientes que impactaram o alcance dos resultados nos Projetos Operacionais do Plano de Negócios, os quais estão vinculados aos Objetivos Estratégicos, bem como as respectivas medidas de gestão adotadas.

Tabela 2 - Percentual de execução dos Objetivos Estratégicos

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	MÉDIA DE EXECUÇÃO	PRINCIPAIS FATORES INTERVENIENTES	PRINCIPAIS MEDIDAS DE GESTÃO
7. Racionalizar os Custos	97%	Celebração do termo de cooperação com os tribunais trabalhistas para envio de publicações de prazos diretamente à EBC foi inviabilizada, em decorrência da pandemia.	Com o retorno das atividades dos tribunais, esforços serão envidados no sentido de ajustar o termo de cooperação.
5. Ampliar o alcance da TV e Rádio, por meio da estrutura própria ou de afiliadas	95%	A tramitação processual para as assinaturas dos Termos de Contrato por parte das parceiras não ocorreu de forma célere.	A restrição citada está sendo acompanhada, com avanços nas tratativas, para assinatura dos contratos em 2021.
6. Aprimorar a concepção e a integração dos conteúdos multiplataformas	91%	Paralisação das linhas de financiamento do Fundo Setorial do Audiovisual - FSA ligadas aos projetos audiovisuais de pré-licenciamento. Além disso, o regulamento geral do Programa de Apoio ao Desenvolvimento ao Audiovisual Brasileiro - Prodav está sendo redesenhado diante de novas diretrizes da Agência Nacional do Cinema - Ancine e do Governo Federal.	Acompanhamento das novas diretrizes para reavaliação da contratação de projetos audiovisuais a serem produzidos com recursos do FSA.
3. Ampliar as receitas e o portfólio de produtos e serviços	90%	Impacto do Decreto nº 10.024/2019, que desobrigou a publicação de Pregões Eletrônicos em jornais impressos, com repercussão no valor captado com publicidade legal.	Empreendimento de esforços para obter novos negócios junto aos clientes de publicidade legal em 2021.
8. Investir nas tecnologias prioritárias	90%	A priorização de demandas estratégicas, como a atualização e modernização da interface do aplicativo móvel TV Brasil Play, reestruturação do Portal EBC e site Institucional, e integração da Radioagência Nacional no site da Agência Brasil adiou a atualização de alguns sites, plataformas e aplicativos.	Acompanhamento das novas priorizações para prosseguir com as atualizações em 2021.
9. Aprimorar a gestão organizacional e de pessoas	87%	Revisão de algumas normas da área de Gestão de Pessoas não ocorreu, devido à priorização de outras demandas estratégicas, como a licitação do processo de estágio e o encaminhamento do Plano de Cargos e Remuneração - PCR para aprovações internas e externas.	Reestabelecimento do novo cronograma de cumprimento da revisão das Normas.
4. Intensificar a atuação na WEB	77%	A publicação de fotografias no site da Agência Brasil foi impactada devido à suspensão de coletivas presenciais; mudança do site da Agência Brasil impactou no total de download de fotografias, devido a problemas técnicos com o script de monitoramento dos dados.	Utilização de imagens de divulgação do arquivo da EBC, de agências parceiras e órgãos públicos; e realização de atualização do site da Agência Brasil que permitiu o retorno da funcionalidade de downloads no 4º trimestre.

Os 2 objetivos da perspectiva de resultados são atingidos mediante o cumprimento dos demais objetivos do Mapa Estratégico, pois não possuem projetos operacionais diretamente vinculados.

Os Objetivos Estratégicos estão em ordem decrescente conforme o percentual de execução.

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

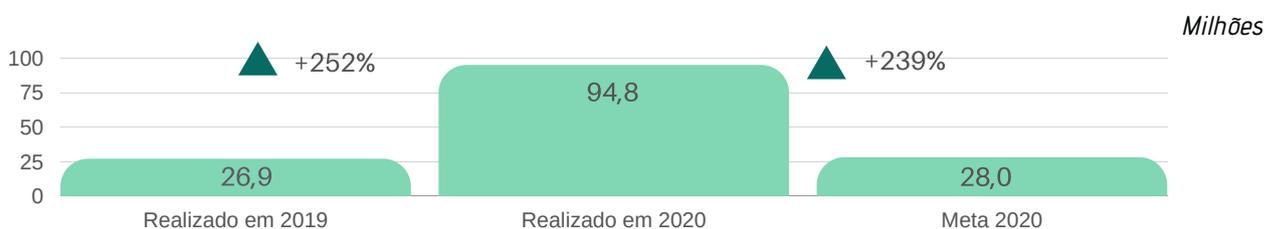
ANÁLISE POR OBJETIVO ESTRATÉGICO

Objetivo Estratégico 1: Comunicar assuntos relevantes para a sociedade

A EBC será relevante para a sociedade com conteúdos educativos, artísticos, culturais, informativos, atrativos e de fácil acesso.

Indicadores Estratégicos

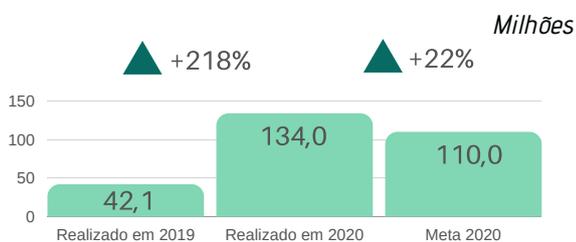
Índice de Audiência* da Agência Brasil



Fonte: Google Analytics

*Usuários únicos

Índice de Audiência* no YouTube - TV Brasil



*Visualizações

Fonte: Google Analytics

Índice de Audiência* no YouTube - TV Brasil Gov



*Visualizações

Fonte: Google Analytics

Índice de Audiência* no Facebook - TV Brasil



*Seguidores

Fonte: Google Analytics

Índice de Audiência* no Facebook - TV Brasil Gov



*Seguidores

Fonte: Google Analytics

Legenda: ▲ Variação positiva ▼ Variação negativa ► Sem variação / Meta Alcançada

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

ANÁLISE POR OBJETIVO ESTRATÉGICO

Objetivo Estratégico 1: Comunicar assuntos relevantes para a sociedade

A EBC será relevante para a sociedade com conteúdos educativos, artísticos, culturais, informativos, atrativos e de fácil acesso.

Indicadores Estratégicos

Posicionamento da TV Brasil no Mercado de Atuação*

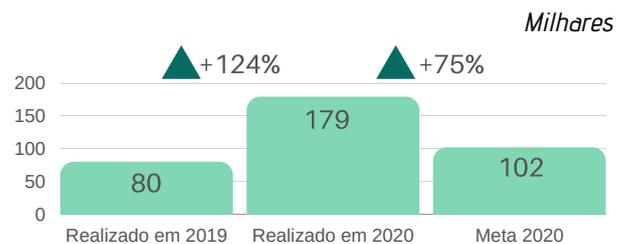


*Polaridade: Quanto menor, melhor.

*Representa a posição da TV Brasil no Ranking de emissoras abertas e fechadas

Fonte: Kantar IBOPE MEDIA

Conteúdo difundido (Atos e Matérias do Governo Federal)*



*minutos (Total de Serviços Prestados de Atos e Matérias do Governo Federal)

Fonte: DIJOR

Índice de Audiência Média de Público da Rádio MEC (%)



Fonte: Kantar IBOPE MEDIA

Memória de Cálculo: média de ouvintes por minuto/pelo universo de apuração x 100

O desempenho deste indicador foi impactado pelas restrições técnicas dos transmissores. A aquisição de novos equipamento de transmissão já foi realizada.

Índice de Audiência Média de Público da Rádio Nacional (%)



Fonte: Kantar IBOPE MEDIA

Memória de Cálculo: média de ouvintes por minuto/pelo universo de apuração x 100

O desempenho deste indicador foi impactado pelas restrições técnicas dos transmissores. A aquisição de novos equipamento de transmissão já foi realizada.

Legenda: ▲ Variação positiva ▼ Variação negativa ► Sem variação / Meta Alcançada

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

ANÁLISE POR OBJETIVO ESTRATÉGICO

Objetivo Estratégico 2: Ser uma empresa referência em comunicação

A EBC será uma das principais fontes de conteúdos para as organizações de comunicação, de modo que sejam amplamente disseminados.

Indicadores Estratégicos

Índice de Replicações da Agência Brasil (Abril a Dezembro)*



Observações:

- 1- Este indicador demonstra a contribuição de matérias da Agência Brasil em outros sites.
 - 2- Memória de Cálculo para o índice de replicações da Agência Brasil: N° total de replicações das matérias da Agência Brasil / N° total de matérias analisadas no universo de 2.835 sites.
 - 3 - Média Mensal = 910 mil replicações/ 12 meses = 76 mil replicações/mês
- *A meta para este indicador será definida na próxima Reunião de Avaliação da Estratégia.

Aproveitamento de conteúdos da EBC em outras mídias

Matérias publicadas na Agência Brasil x Matérias da Agência Brasil replicadas em outros sites (Março a Dezembro)



ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

Objetivo Estratégico 3: Ampliar as Receitas e o Portfólio de Produtos e Serviços

Contribuição dos Projetos Operacionais para o Objetivo Estratégico "Ampliar as Receitas e o Portfólio de Produtos e Serviços":

Total de Projetos Operacionais

11

média de execução dos projetos previstos no Plano de Negócios



Principais Destaques:

- **9 clientes captados para a EBC Serviços:** Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações; Ministério de Minas e Energia; Ministério da Defesa; Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; Ministério do Desenvolvimento Regional; Controladoria-Geral da União; Advocacia Geral da União; Centro de Inteligência da Marinha; e Gabinete do Comandante da Aeronáutica;
- **298 atendimentos externos realizados** sobre licenças de uso de conteúdos do acervo EBC em 2020;
- Média anual de **152 contratos de receita renovados/geridos**;
- Ampliação do acompanhamento de telejornais para os clientes do Clipping EBC, o que **proporcionou maior agilidade no acesso aos conteúdos de interesse dos clientes** que repercutem nas principais emissoras de televisão;

17,2 milhões captados*

Ano 2019 - R\$ 13,5 milhões

Aumento de

+27%

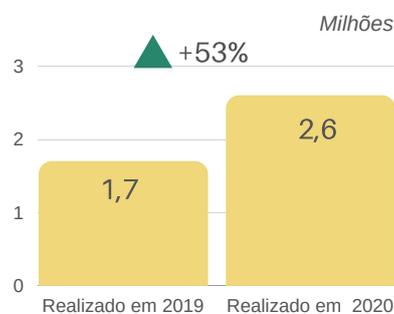
na captação se comparado ao acumulado no ano de 2019



Licenciamento



Publicidade Legal



Publicidade Institucional



Nova linha de Captação EBC Serviços**

*Receitas captadas com: Licenciamento, Publicidade Institucional, Publicidade Legal e Nova linha de Captação EBC Serviços.

**A receita da nova linha de captação da EBC Serviços passou a ser contabilizada a partir do 2º trimestre de 2020 e não há histórico para comparação. (Novos contratos realizados a partir do portfólio disponibilizado para os Ministérios.)

Legenda: ▲ Variação positiva ▼ Variação negativa ► Sem variação / Meta Alcançada

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

ANÁLISE POR OBJETIVO ESTRATÉGICO

Objetivo Estratégico 3: Ampliar as Receitas e o Portfólio de Produtos e Serviços

A EBC fortalecerá sua comunicação por meio de oferta de produtos e serviços diversificados e de qualidade, visando cumprir seu papel social e ampliar suas receitas.

- Desenvolvimento de novos produtos e serviços - Transmissões ao vivo de eventos por *streaming*, que traduz o aumento do interesse do público por *lives* pela internet, especialmente nas Redes Sociais;
- Prospecção de campanhas para enfrentamento da pandemia, com resultados significativos junto ao Ministério da Saúde, cujo investimento captado para os veículos EBC alcançou R\$ 354 mil;
- Ampliação de 31% na receita captada com serviços prestados à Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República – SECOM/PR e Ministérios. (2020 – R\$ 31,5 milhões/ 2019 – R\$ 24 milhões);
- 1º lugar nos *trending topics** do Twitter no Brasil com a hashtag #TvBrasilNo7.

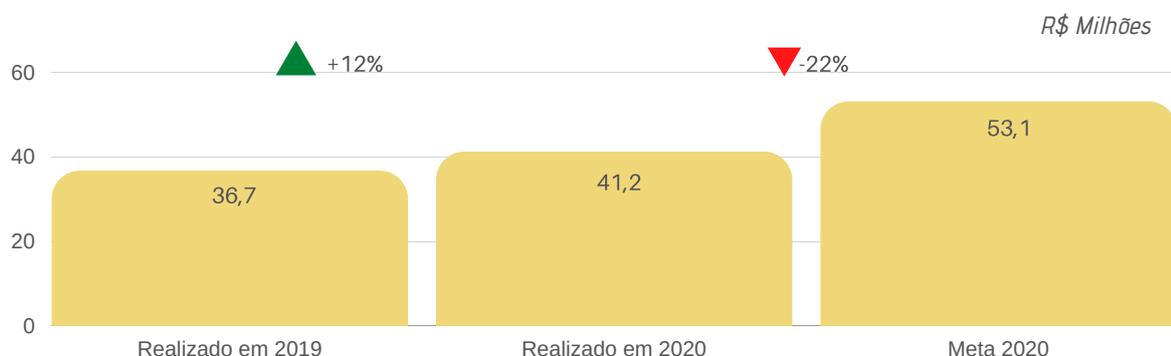
Voz do Brasil comemora aniversário de

+ de **170 mil** minutos de conteúdos difundidos de Atos e Matérias do Governo Federal em 2020

clique aqui e acesse o site

+ de **22 mil minutos** de imagens e entrevistas do Poder Executivo Federal distribuídos para a imprensa brasileira e agências internacionais, exclusivamente pelo site tvbrasil.ebc.com.br/distribuicao

Receita Faturada



Observações:

1- Para este indicador são contabilizadas as receitas faturadas com: Secretaria Especial de Comunicação Social - SECOM, Publicidade Legal, Publicidade Institucional, Licenciamento e outros;

2- A meta definida representa a receita própria estimada no Projeto de Lei Orçamentária Anual 2020 - PLOA;

3- O Decreto nº 10.024/2019, que desobrigou a publicação de Pregões Eletrônicos em jornais impressos, impactou no valor captado com publicidade legal. Serão empreendidos esforços para obter novos negócios junto aos clientes de publicidade legal em 2021.

*Trending Topics ou Assuntos do Momento: são uma seleção dos termos e tópicos mais falados no Twitter durante um determinado período de tempo.

Legenda: ▲ Variação positiva ▼ Variação negativa ► Sem variação / Meta Alcançada

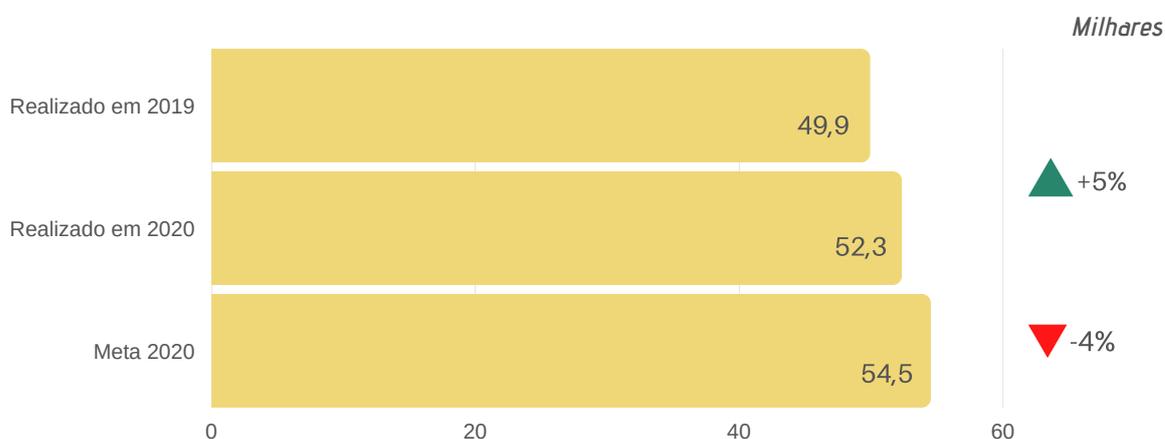
ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

Objetivo Estratégico 4: Intensificar a atuação na WEB

A EBC disponibilizará conteúdos na plataforma WEB para aumentar sua visibilidade de maneira econômica.

Indicador Estratégico

Quantidade de conteúdos disponibilizados na WEB



Observações:

1- Memória de cálculo: São considerados os conteúdos disponibilizados nos sites: EBC, Agência Brasil, Radioagência, TV Brasil e Rádios EBC;



Clique e acesse a página do Portal EBC

Legenda: ▲ Variação positiva ▼ Variação negativa ► Sem variação / Meta Alcançada

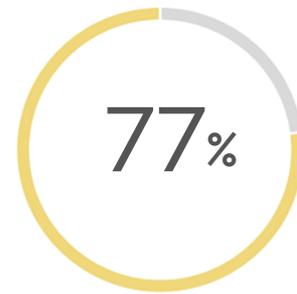
ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

Contribuição dos Projetos Operacionais para o Objetivo Estratégico "Intensificar a atuação na WEB":

Total de Projetos Operacionais

6

média de execução dos projetos previstos no Plano de Negócios



Principais Destaques:



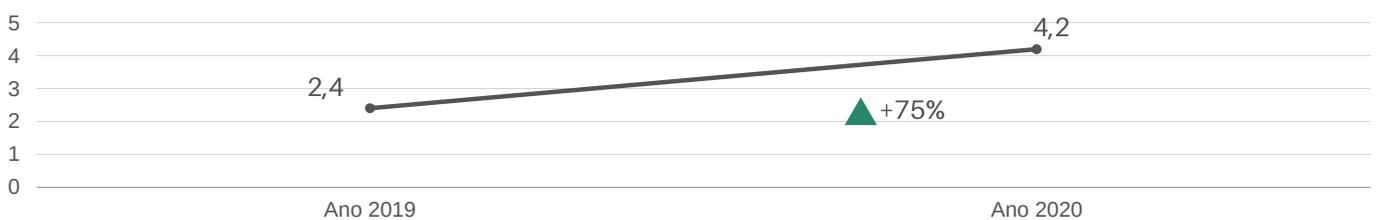
Agência Brasil comemora aniversário de

30 anos

Site TV Brasil

Usuários Únicos

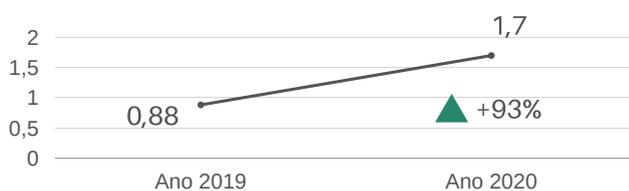
Milhões



Radioagência

Usuários Únicos

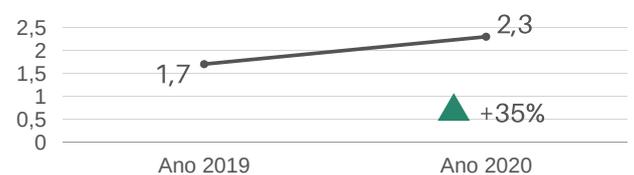
Milhões



Site Rádios EBC

Usuários Únicos

Milhões



Legenda: ▲ Variação positiva ▼ Variação negativa ► Sem variação / Meta Alcançada

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

- **8.643 matérias disponibilizadas para emissoras de rádio de todo o País** no site da Radioagência, com destaque para as produções especiais, que foram pautadas, também, pela pandemia do novo coronavírus;
- **Intensificação das atividades de divulgações e transmissões para as Redes Sociais**, bem como para as publicações ao vivo nas redes da Agência Brasil e do Portal EBC;
- **Mais de 1.300 horas de conteúdos publicados**, em 2020, no aplicativo TV Brasil Play, 151 séries e 3.160 episódios;
- **831.516 visualizações** de página na matéria “Confira o calendário de pagamento da 3ª parcela do auxílio emergencial”;
- Publicação de matérias sobre os resultados da disputa no 1º e 2º turnos das Eleições. No 1º turno, o número de **usuários ativos em tempo real no site da Agência Brasil bateu recorde e chegou a 100 mil. No segundo turno, foram cerca de 40 mil**;
- Direcionamento do sinal da central de **streamings** de 287 eventos e programas da TV Brasil para as Redes Sociais, o que possibilitou mais de **16 milhões de visualizações e 939 mil ações de engajamento (entre curtidas, comentários e compartilhamentos)**;
- **Mais de meio milhão de votos populares no Festival de Música da Rádio MEC**;



Crescimento de
1.358%
no total de
usuários únicos
do TV Brasil Play

Ano 2019 - 14,3 mil
Ano 2020 - 208,6 mil

**Maior número de material disponibilizado e aumento nas coletivas de imprensa*



Crescimento de
5%
no total de
usuários únicos
do aplicativos
das Rádios EBC

Ano 2019 - 16,7mil
Ano 2020 - 17,6 mil

- Destaque para os vídeos disponibilizados no Facebook da Agência Brasil, que **atingiu 21,8 mil minutos visualizados**;
- Aumento dos seguidores nas Redes Sociais da TV Brasil Gov, em decorrência das transmissões ao vivo de eventos relacionados ao coronavírus. **YouTube: passou de 539 mil inscritos em março para 867 mil em dezembro de 2020; Facebook: de 332 mil para cerca de 600 mil seguidores; Twitter: de 260 mil para 299 mil seguidores; e Instagram: de 115 mil para 236 mil seguidores**;
- **Mais de 80 mil impressões no Twitter** referente ao vídeo sobre pesquisa da Fiocruz relativa a vacinas contra o coronavírus;
- Produção do especial *Fique em Casa*, divulgado na TV Brasil, YouTube e Redes Sociais;
- **Intensificação de conteúdos on demand** disponibilizados no aplicativo TV Brasil Play;
- **Ampliação na produção de material para editoria de esporte no site da Agência Brasil**. Destaques para as matérias sobre o adiamento das principais competições esportivas do mundo, a retomada do futebol europeu, o retorno do campeonato estadual carioca e a série de 4 matérias especiais em comemoração aos 70 anos do Maracanã;

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020



- **Disponibilização** dos documentários *Olhando para as Estrelas*, *Além da Visão* e *A Era do Peixinho*, para o aplicativo TV Brasil Play, além de jogos de futebol do **Torneio Rio-São Paulo**, com foco na atratividade da plataforma;
- **Aumento de 448% nas visualizações de página** (2019 – 62.471 x 2020 – 342.357) e de **299% no número de sessões** (2019 – 33.260 x 2020 – 132.797) da versão web do TV Brasil Play em relação ao ano anterior;
- **Mais de 168 mil impressões, 23.914 engajamentos e 97,4 mil visualizações no Twitter** do programa *Impressões* com o vídeo da entrevista com a médica Nise Yamaguchi, além de **29.133 visualizações no YouTube**;
- **Interatividade com o público** no programa especial de 7 de Setembro, em todos os perfis das Redes Sociais da EBC, com as participações das redes transmitidas na televisão; e
- **Mais de 690 mil visualizações no Site TV Brasil** no vídeo “Assaltantes fortemente armados assustam moradores de Criciúma, SC”.

ELEIÇÕES 2020



ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

ANÁLISE POR OBJETIVO ESTRATÉGICO

Objetivo Estratégico 5: Ampliar o alcance da TV e Rádio, por meio da estrutura própria ou de afiliadas

As plataformas de TV e de Rádio serão mais efetivas. Os custos serão otimizados e a ampliação do alcance ocorrerá por meio próprio e pelo fortalecimento das parcerias e da Rede Nacional de Comunicação Pública e dos Canais Executivos e multiprogramação.

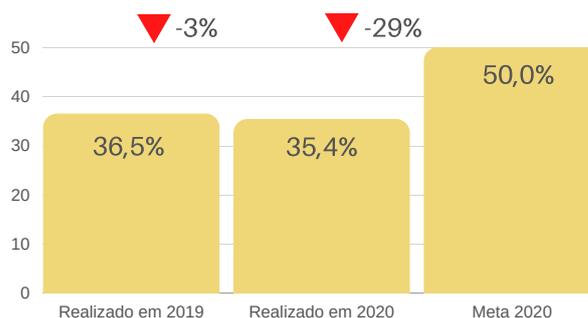
Indicadores Estratégicos

Índice de Cobertura da Radiodifusão –
TV Digital
PPA 2020-2023



*Obs: Este indicador demonstra a quantidade de capitais do Brasil que a EBC está presente.

Índice de alcance das TVs*
PPA 2016-2019



*Saída de Curitiba no 2º Trimestre impactou no resultado na comparação com o % de 2019.

Obs: 1 - Este indicador demonstra o percentual da população alcançada com o sinal terrestre de TV Digital EBC no Brasil.

2 - Alcance por meio da estrutura própria ou de afiliadas.

Índice de Cobertura da Radiodifusão –
Rádio FM
PPA 2020-2023



*Obs: Este indicador demonstra a quantidade de capitais do Brasil que a EBC está presente.

Índice de alcance das Rádios
PPA 2016-2019



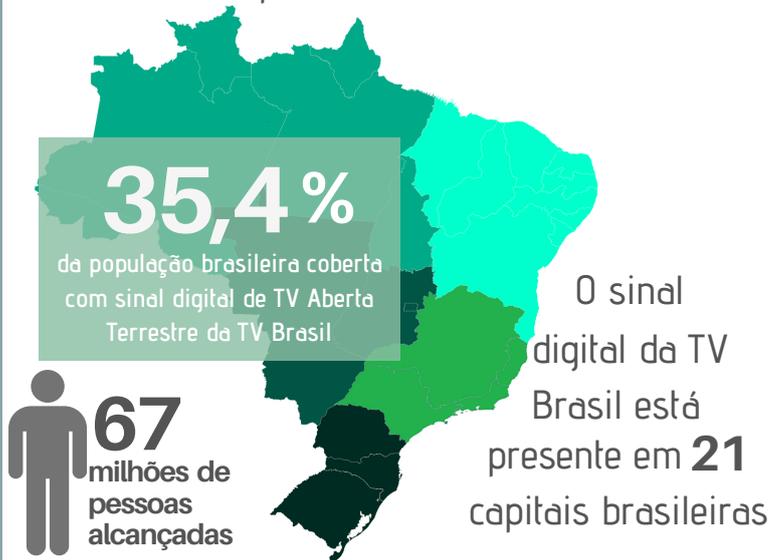
Obs: 1 - Este indicador demonstra o percentual da população alcançada com o sinal de Rádio FM EBC no Brasil:

2 - Alcance por meio da estrutura própria ou de afiliadas.

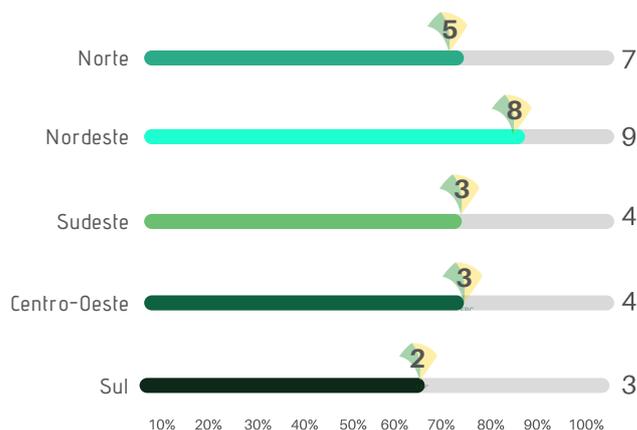
Legenda: ▲ Variação positiva ▼ Variação negativa ► Sem variação / Meta Alcançada

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

Alcance do Sinal da TV Por Meio da Estrutura Própria ou de Afiliadas*



Total de Capitais com presença da TV Brasil / Total de Capitais



Obs.: Este indicador demonstra o percentual de população alcançada com o sinal de TV Digital EBC no Brasil.

*Total de Pessoas alcançadas / Total de Pessoas do Brasil x 100

Dados baseados no Censo IBGE 2010

Fonte: Proqira.

Além das capitais, a EBC está presente em outras cidades, conforme abaixo:

Emissoras próprias e afiliadas por Região (44, sendo 21 capitais)

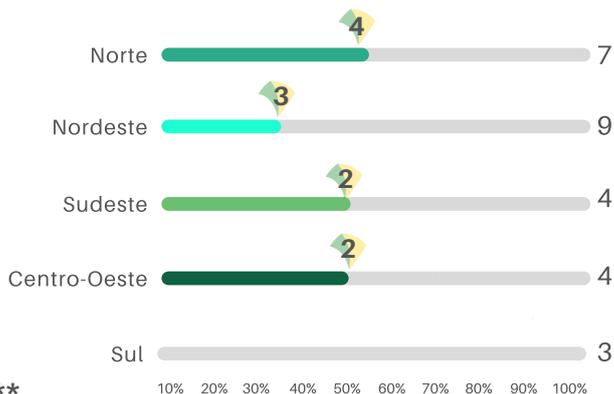
Nordeste (9 emissoras)			Sudeste (18 emissoras)		
<p>BAHIA</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Salvador (TVE Bahia) <p>CEARÁ</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Fortaleza (TV Ceará) <p>MARANHÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: São Luís (TV Brasil) 	<p>PARAÍBA</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: João Pessoa (TVU Paraíba) <p>PIAUÍ</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Teresina (TV Antares) <p>RIO GRANDE DO NORTE</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Natal (TVU RN) 	<p>PERNAMBUCO</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Recife (TV UFPE) Caruaru (TV Pernambuco) <p>ALAGOAS</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Maceió (TV UFAL) 	<p>SÃO PAULO</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: São Paulo (TV Brasil) Araraquara (TV Morada do Sol) Rio Claro (TV Claret) Matão (TV Matão) Várzea Paulista (TV Rede Paulista) Mogi Guaçu (TV Vale de Mogi) 	<ul style="list-style-type: none"> Campinas (TV Mega) Votuporanga (TV UNIFEV) Araras (TV Opinião de Araras) Sertãozinho (STZ TV) Andradina (SRC TV) São Carlos (TVE São Carlos) Cubatão (TV UNISANTOS) 	<p>RIO DE JANEIRO</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Rio de Janeiro (TV Brasil) <p>MINAS GERAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Belo Horizonte (Rede Minas) Poços de Caldas (TV PLAN) Andradas (TV Andradas) <p>ESPÍRITO SANTO</p> <ul style="list-style-type: none"> Guarapari (TV GUARAPARI)
Norte (5 emissoras)		Centro-Oeste (5 emissoras)		Sul (7 emissoras)	
<p>AMAZONAS</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Manaus (TV Encontro das Águas) <p>PARÁ</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Belém (FUNTEPA) <p>RONDÔNIA</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Porto Velho (TV UNIR) 	<p>TOCANTINS</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Palmas (TV UFT) <p>RORAIMA</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Boa Vista (TV UFRR) 	<p>GOIÁS</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Goiânia (TV UFG) Jataí (TV Sudoeste) Bom Jesus (TV Bom) 	<p>MATO GROSSO</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Cuiabá (TV Universidade Cuiabá) <p>DISTRITO FEDERAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Brasília (TV Brasil) 	<p>PARANÁ</p> <ul style="list-style-type: none"> Francisco Beltrão (TV Beltrão) Pato Branco/Ivaiporã/Guarapuava (TV Humaitá) <p>RIO GRANDE DO SUL</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Porto Alegre (TVE RS) 	<p>SANTA CATARINA</p> <ul style="list-style-type: none"> Capital: Florianópolis (TV UFSC) Araranguá (TV Sul Catarinense) Itajaí (TV Brasil Esperança) Rio do Sul (Rede Bela Aliança)

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

Alcance do Sinal das Rádios Por Meio da Estrutura Própria ou de Afiliadas*



Total de Capitais com presença da RNCP/Rádio X Total de Capitais



Obs: Este indicador demonstra o percentual de população alcançada com o sinal de Rádio FM no Brasil.

*Total de Pessoas alcançadas/ Total de Pessoas do Brasil x 100

Dados baseados no Censo IBGE 2010

Fonte: Projira

Além das capitais, a EBC está presente em outras cidades, conforme abaixo:

Emissoras próprias e afiliadas por Região (18, sendo 11 capitais)

Nordeste (3 emissoras)

SERGIPE

- Capital: Aracajú (Rádio UFS)

RIO GRANDE DO NORTE

- Capital: Natal (Rádio Marinha)

PIAUI

- Capital: Teresina (Rádio UFPI)

Sudeste (4 emissoras)

RIO DE JANEIRO

- Capital: Rio de Janeiro (Rádio MEC)
- Rio de Janeiro (Rádio UFRJ)
- São Pedro da Aldeia (Rádio Marinha)
- Contagem - MG (Rádio UFMG Educativa) - 66% da Capital BH

Norte (6 emissoras)

AMAPÁ

- Capital: Macapá (Rádio UNIFAP)

AMAZONAS

- Capital: Manaus (Rádio Marinha)
- Manaus (Rádio Encontro das Águas)
- Tabatinga (Rádio Nacional do Alto Solimões)

TOCANTINS

- Capital: Palmas (Rádio UFT)

RORAIMA

- Capital: Boa Vista (Rádio Universitária)

Centro-Oeste (4 emissoras)

DISTRITO FEDERAL

- Capital: Brasília (Rádio Nacional)
- Sobradinho (Rádio Força Aérea)

MATO GROSSO DO SUL

- Capital: Campo Grande (Rádio UFMS)
- Corumbá (Rádio Marinha)

Sul (1 emissora)

RIO GRANDE DO SUL

- Santa Maria (Rádio UniFM)

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

Contribuição dos Projetos Operacionais para o Objetivo Estratégico "Ampliar o alcance da TV e Rádio, por meio da estrutura própria ou de afiliadas":



Principais destaques:

- **Realização do Encontro da Rede Nacional de Comunicação Pública de TV e Rádio**, nos dias 3 e 4 de março, com a finalidade de fortalecer a Rede Nacional de Comunicação Pública – RNCP e discutir desafios e estratégias de cooperação. Participaram da reunião: **cerca de 70 representantes de 50 emissoras de todas as regiões**; o Porta-voz da Presidência da República; o Secretário de Radiodifusão do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações; o Assessor Especial da Secretaria de Governo da Presidência da República; o Superintendente de Outorga e Recursos da Anatel; os representantes das possíveis afiliadas, em novas capitais;
- **Reintegração à RNCP/TV da emissora TV Andradadas/MG**, que, contratualmente, retransmite mais de 10 horas e 30 minutos por dia na modalidade de Associada;
- **Instalação de equipamentos de televisão digital**, nas capitais de Maceió/AL, Porto Velho/RO e Palmas/TO, o que possibilitará o alcance de 1,5 milhão de novos telespectadores. Além de Brazlândia/DF e Ceilândia/DF;
- **475 matérias jornalísticas e mais de 470 horas de programação cultural, educativa, artística e esportiva** produzidas pelas emissoras afiliadas e exibidas pela TV Brasil. Além do regionalismo, as colaborações das afiliadas para a Rede propicia economia com licenciamento e contratação de conteúdos para a TV Brasil;
- **Composição de programação especial de fim de ano da TV Brasil, por meio das produções regionais da RNCP/TV**, a partir dos Especiais de Natal das afiliadas TVE/RS, Rede Minas/MG e TV Encontro das Águas/AM;
- **1.929 minutos diários de transmissão simultânea** da programação da TV Brasil pela Rede;
- Ações junto às emissoras afiliadas da TV Encontro das Águas/AM e TV Cultura do Pará/PA - FUNTELPA, para **realização de jogos da Série D**, da região norte, o que viabilizou a transmissão nacional e economia para a EBC na produção do campeonato. A TVU/RN e TV Antares/PI, apoiaram, igualmente, a produção com a disponibilização de profissionais para os jogos das respectivas regiões;
- **Vistoria técnica das estações da Rádio Marinha FM de São Pedro da Aldeia/RJ e da Rádio Marinha FM de Manaus/AM**;
- **Elaboração de Relatórios de conformidade para as estações da Rádio Marinha FM**, consignadas à EBC;
- **Apresentação do Projeto Técnico das estações da Rádio Marinha**, consignadas à EBC, por meio do sistema Mosaico (ANATEL), com objetivo de obter sua regularização; e
- **Montagem do site de reforço do sinal do Pico do Jaraguá/SP** e visita técnica para planejamento da instalação nos próximos 3 sites de Retransmissor de TV Digital – RTVD na grande São Paulo (Mauá, Mogi das Cruzes e Itaquera).

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

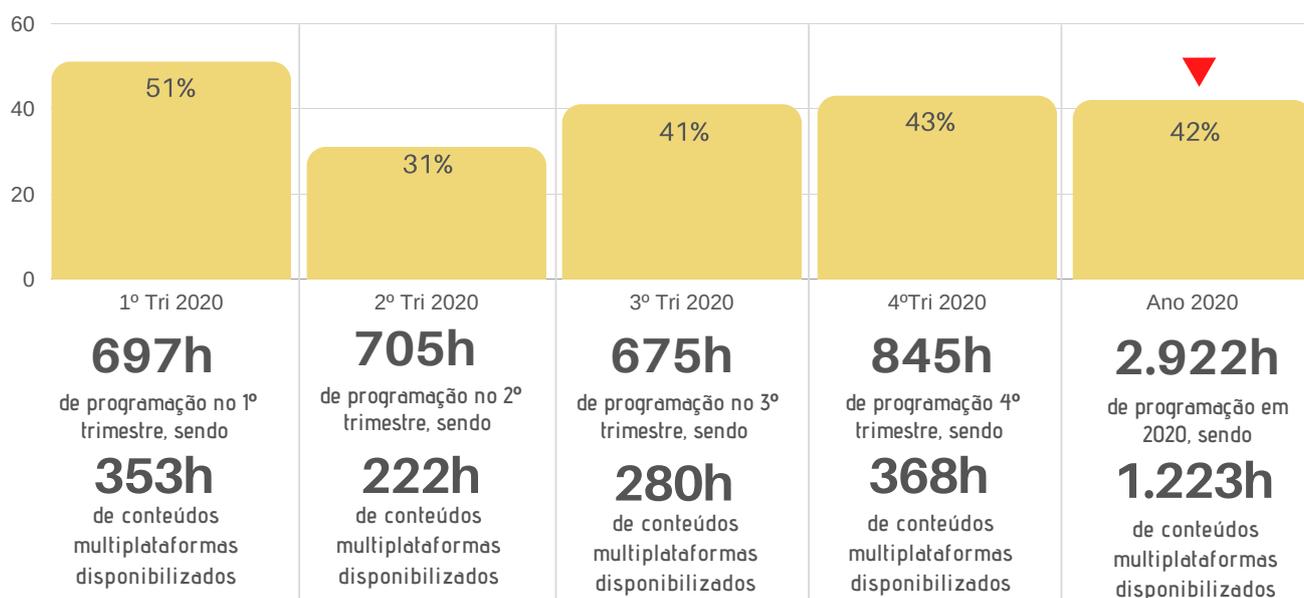
ANÁLISE POR OBJETIVO ESTRATÉGICO

Objetivo Estratégico 6: Aprimorar a concepção e a integração dos conteúdos multiplataformas

A definição de diretrizes levará em consideração as possibilidades de tipos de conteúdo, interesse da sociedade e multiplataformas, além disso, utilizará o acervo como fonte de conteúdo. Também será observada a viabilidade econômica para que um mesmo conteúdo possa ser distribuído de maneira integrada nas diferentes plataformas.

Indicador Estratégico

Distribuição de conteúdos multiplataformas



Meta 2020 - 60%

Para apuração deste indicador é considerado conteúdo multiplataforma aquele veiculado na TV e mais uma outra plataforma. *Não são contabilizados os interprogramas, promos, chamadas e reprises.

OBS.: Devido à adequação da metodologia de contabilização das horas, os valores informados nos relatórios do 1º, 2º e 3º trimestres sofreram ajustes.

Legenda: ▲ Variação positiva ▼ Variação negativa ► Sem variação / Meta Alcançada

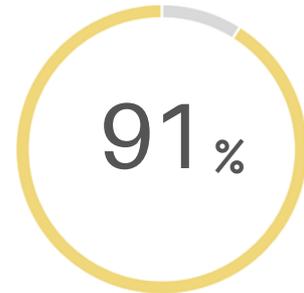
ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

Contribuição dos Projetos Operacionais para o Objetivo Estratégico "Aprimorar a concepção e a integração dos conteúdos multiplataformas":

Total de Projetos Operacionais

44

média de execução dos projetos previstos no Plano de Negócios



Principais Destaques:

TV

- **Coberturas do Caminhos da Reportagem com novas ferramentas e aplicativos** para a gravação de entrevistas, como *Skype*, *Zoom* e celulares, e produção de conteúdos próprios do programa para internet e Redes Sociais;
- **Lançamento da nova grade da programação da TV Brasil 2020**, cuja formatação foi norteada por critérios técnicos de audiência;
- **Reformulação da identidade visual do Repórter Brasil**, em consonância com a nova marca da EBC, com cores, grafismo animado e artes atualizadas;
- **Renovação dos cenários, modernização das identidades visuais e produção de vinhetas** dos programas *Sem Censura*, *Repórter Brasil*, *Stadium* e *No mundo da Bola*;
- **Adaptações na programação e alterações na grade e no formato do telejornalismo**, em decorrência da pandemia, com foco em manter a qualidade;
- **Transmissão de coletivas do Ministério da Saúde, com atualizações em tempo real** dos dados mais expressivos da pandemia e de informações de caráter educativo para o telespectador;
- **Padronização visual dos materiais de divulgação dos produtos** da TV Brasil nas Redes Sociais;
- **Transmissões ao vivo pela web**, o que possibilitou a interatividade dos programas *Repórter Brasil*, *Fique Ligado*, *Plantão RB* e *Cenário Econômico*;
- **Entrega de mais de 490 horas de conteúdos artísticos** para a programação;
- **Lançamento do canal 1 da TV Brasil na cidade de São Paulo**, que ocorreu durante o programa *Brasil em Dia*, em junho. Anteriormente, a TV Brasil era assistida pelos paulistanos por meio do canal 62.1;
- **Transmissão, ao vivo, das partidas da Liga Fut7 Nacional**, principal competição brasileira da modalidade de Futebol 7, e das partidas da Liga Nacional de Futsal - LNF, por meio de parceria com a organização do campeonato, com exclusividade em televisão aberta, na edição que comemorava os 25 anos do torneio;

TV Brasil fica em 4º lugar na média nacional de audiência ao transmitir a partida Brasil X Peru, das Eliminatórias da Copa do Mundo de 2022



Clique e acesse a matéria

REGISTRO DA MAIOR AUDIÊNCIA DA HISTÓRIA DA EMISSORA

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

- Produção da transmissão do **Festival de Música da Rádio MEC 2020**;
- **Acordo assinado com a Confederação Brasileira de Futebol (CBF)** que concedeu os direitos de **transmissão da Série D do Campeonato Brasileiro de Futebol para a TV Brasil**;
- **314 horas de conteúdos nacionais adquiridos**, sendo 46,7% referente ao licenciamento de direitos de exibição de eventos esportivos, consoante as diretrizes do Comitê de Programação e Rede - CPR;
- **46 horas de conteúdos internacionais** adquiridos;
- **189 horas de conteúdos liberados** para a grade de programação;
- **776 horas inéditas de conteúdo disponibilizados** aos veículos da EBC (368 horas de conteúdo infantil liberadas para a faixa TV Brasil Animada e 408 horas de conteúdo dedicado ao público adulto);
- **25 títulos disponibilizados** à área de programação da TV Brasil e do TV Brasil Play; e
- **Entrega**, para a TV Brasil e TV Brasil Play, **da 4ª Temporada da Série Brasil Visto de Cima**.

ACESSIBILIDADE TV BRASIL

Total de horas com recurso de acessibilidade veiculadas na TV BRASIL em atendimento às legislações

LIBRAS	AUDIODESCRIÇÃO	CONTEÚDO DUBLADO	LEGENDAGEM OCULTA
419 horas transmitidas Média de 8h semanais da programação atendendo a previsão legal. Ano 2019 - 808h	1.083 horas transmitidas Média de 20h semanais da programação ultrapassando o mínimo de 16h determinado na Lei Ano 2019 - 120h	1.147 horas transmitidas Ano 2019 - 540h	1.147 horas transmitidas 100% dos programas da TV Brasil Ano 2019 - 7.620h

Rádios

- Coberturas e **Transmissões Esportivas**: Supercopa do Brasil; Campeonato Carioca; Copa Sul Americana e Taça Libertadores;
- **Ampliação do espaço na grade para programação infantil e para radiodramaturgia**;
- **Cobertura dos principais eventos culturais do Rio de Janeiro**, tais como: o *Petrobras Sinfônica* e os concertos de abertura da temporada 2020 da Orquestra Sinfônica Brasileira, das Orquestras da Universidade Federal do RJ e da Universidade Federal Fluminense. E os eventos culturais de Brasília: o concerto da Orquestra Sinfônica do Teatro Nacional;
- **Produção de peças radiofônicas de orientação** e entrevistas com especialistas para esclarecimento dos ouvintes da Rádio Nacional sobre os riscos e cuidados com o Coronavírus;



Festival de Música Rádio MEC

BATE RECORDE COM

1.029

MÚSICAS INSCRITAS

CLIQUE AQUI E SAIBA MAIS

e + de 500 mil votos

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

- **Produção de projetos especiais** com edições para celebrar os 60 anos de Brasília e a Páscoa; o Dia da Literatura Brasileira e os 37 anos da MEC FM; Corpus Christi e Dia dos Namorados; Produção multiplataforma dos programas *Cena Instrumental* e *Recordar*, em parceria com a TV Brasil; Realizadas ações de impulsionamento nas Redes Sociais e plataformas de *podcasts* como Spotify;
- **Transmissões ao vivo e em rede pelas emissoras da Rádio Nacional** das entrevistas coletivas de divulgação das ações do Governo Federal no combate à pandemia do Coronavírus e de entrevistas com especialistas e autoridades;
- **Intensificação dos boletins esportivos** utilizados durante a programação da Rádio Nacional e no site da TV Brasil, com entradas ao vivo nos programas jornalísticos, de forma a comentar os últimos acontecimentos no esporte;
- 376 conteúdos da Rádio MEC foram distribuídos nas mídias sociais;
- **Fortalecimento das publicações no aplicativo Rádios EBC** e nas páginas de cada emissora no portal das rádios, bem como as transmissões de vídeo do estúdio da Rádio Nacional AM Brasília; e
- **36 vídeos produzidos e publicados no site e nas Redes Sociais da TV Brasil e da Rádio MEC** a respeito do *Festival de Música da Rádio MEC* on-line.



Acervo

- **Avanço na promoção do Programa Permanente de Preservação do Acervo da EBC**, com a contratação de serviço de higienização, digitalização e catalogação de **2.800 horas de conteúdo audiovisual de acervo da TVE do Rio de Janeiro**, o que garantiu a preservação dos programas;
- **259.240 visualizações alcançadas na lista de efemérides**, publicada no portal da Agência Brasil, sendo **acessada e replicada em outros sites 38.416 vezes**, o que contribuiu para a promoção da marca EBC;
- **Realização do workshop “O uso do MAM* para manter o acesso e a memória do Acervo da EBC”**, com a participação de 94 inscritos e de palestrantes internos da EBC e da TV Cultura;
- **Conclusão da transferência do acervo guardado em Brasília no prédio da 702 Norte** para um novo espaço localizado no prédio da Sede da EBC, o que facilitará a gestão física do acervo;
- **2.840 arquivos sonoros ingestados e catalogados no sistema MAM**;
- **Inauguração da sala do Laboratório de Digitalização DF**, com o apoio da Diretoria de Operações, Engenharia e Tecnologia - DOTEK, de forma a impulsionar a recuperação do acervo da regional; e
- **903 arquivos de programas de TV catalogados**.

Digitalização do Acervo Histórico

+ de 5 mil horas

de arquivos audiovisuais
(DF - 1.033h/ RJ - 4.469h)

+ de 800 horas

de arquivos sonoros digitalizados
(RJ - 868)



*Sistema de gestão de ativos de mídias.

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

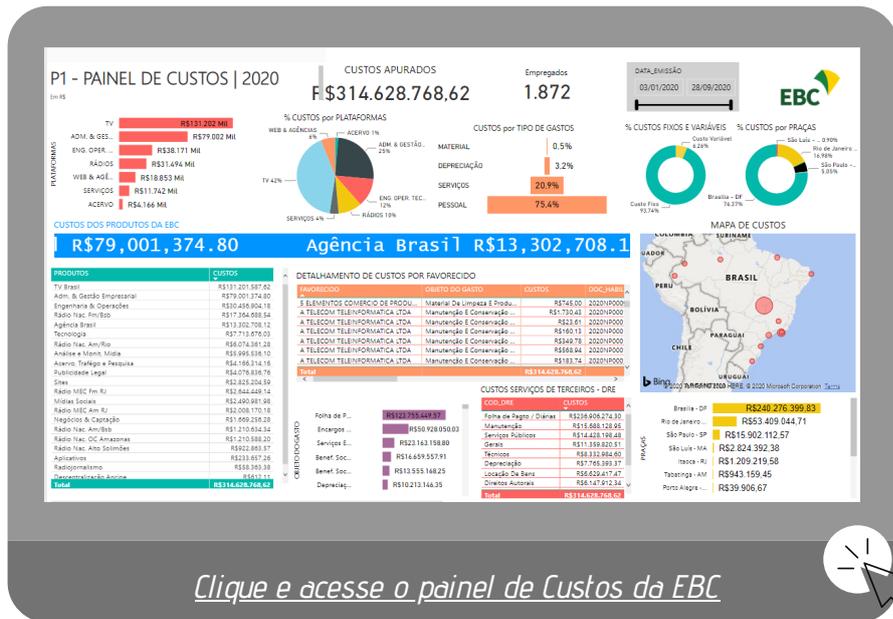
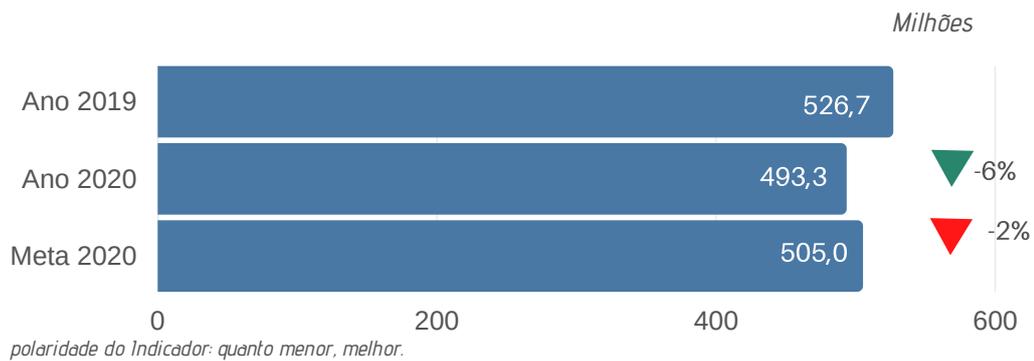
ANÁLISE POR OBJETIVO ESTRATÉGICO

Objetivo Estratégico 7: Racionalizar os custos

A estrutura física, a estrutura organizacional, o quadro de pessoal e os processos serão adaptados a formatos mais efetivos.

Indicador Estratégico

Custos Apurados



ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

Contribuição dos Projetos Operacionais para o Objetivo Estratégico "Racionalizar os custos":

Total de Projetos Operacionais

4

média de execução dos projetos previstos no Plano de Negócios



Principais Destaques:



A Empresa Brasil de Comunicação (EBC) ficou em 1º lugar no Ranking de Desempenho na Qualidade da Informação de Custos na categoria Empresas Estatais Dependentes do Tesouro.

A classificação, que consta no Boletim Foco em Custos 2020, da Secretaria do Tesouro Nacional, coloca a EBC à frente de outras 17 empresas.

- **Intensificação das negociações** dos contratos administrativos e de conteúdo com objetivo de **reduzir custos**;
- **Aprimoramento da gestão imobiliária**, com a elaboração de normativo para regulamentar a alienação de imóveis e atualização da Norma de Patrimônio;
- **Implementação da Central de Compras** com objetivo de centralizar as compras realizadas pela EBC em uma estrutura exclusiva, com vistas a dar mais celeridade às contratações e aquisições, bem como reduzir custos. Para isso, conta com a utilização de artefatos e procedimentos padronizados;
- **Mapeamento das áreas da Empresa com risco de ações judiciais**, de modo a evitar o ajuizamento de ações ou encerrar eventuais conflitos em curso;
- Comprovação da improcedência de ação civil ajuizada por empresa em desfavor da EBC, cujo valor almejado era de R\$ 140 mil, o que significa **economia de recursos públicos**;
- **Obtenção de ressarcimento no valor de R\$ 355,2 mil** em função de ação judicial julgada em favor da Empresa.

Despesas Administrativas



Redução de **-18%** nas despesas administrativas na comparação com o ano de 2019
2019 - 34,0 mi / 2020 - 27,7 mi

Despesas por tipo de serviço

Milhões



Legenda: ▲ Variação positiva ▼ Variação negativa ► Sem variação / Meta Alcançada

Fonte: DIAFI

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

ANÁLISE POR OBJETIVO ESTRATÉGICO

Objetivo Estratégico 8: Investir nas tecnologias prioritárias

Os investimentos em tecnologia serão fundamentais para modernizar a EBC e acontecerão onde for essencial.

Indicador Estratégico

Tecnologias prioritárias
implantadas



Indicador em desenvolvimento

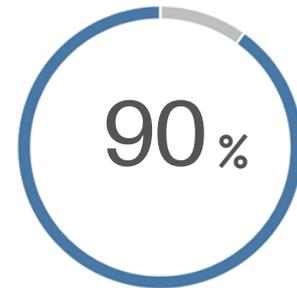
ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

Contribuição dos Projetos Operacionais para o Objetivo Estratégico "Investir nas tecnologias prioritárias":

Total de Projetos Operacionais

7

média de execução dos projetos previstos no Plano de Negócios



Principais Destaques:

- **Desenvolvimento de aplicação de interatividade** para a transmissão de TVDi* da TV Brasil com dados em tempo real;
- **Início das atividades do sistema *tapeless*, isto é, para tráfego de recepção e geração de sinais**, que possibilitou a melhoria da operação das gravações realizadas pelo Skype e YouTube;
- **Início de implantação do *playout* no Rio de Janeiro**, para atender às demandas de gravações e de programas ao vivo no *switcher* principal para otimizar o trabalho das produções, e proporcionar agilidade na chegada do conteúdo da ilha de gravação para o *switcher*;
- **Aquisição de equipamentos para renovação do parque de transmissão da EBC;**
- **Desenvolvimento do sistema de telemetria próprio da EBC;**
- **Instalação de mais uma antena da EBC em São Paulo** para recepção do sinal Amazonas 3 – Sinal da distribuição Presidencial;
- **Reinstalação da fibra óptica** que comunica os estúdios entre as regionais da EBC;
- **Finalização e operação da Unidade Móvel no Rio de Janeiro;**
- **Implementação de novas *workstations* para melhoria da qualidade e desempenho do conteúdo** das Rádios MEC e Nacional;
- **Substituição dos novos sistemas de subida de sinal de satélite HPA** nos sinais de REDE e Presidencial, além da substituição dos sistemas HPA e *Encoders HD* das unidades móveis do jornalismo em Brasília, o que gerou maior confiabilidade, economia energética e segurança nos sinais de Rede e Presidencial;
- **Instalação do sistema de enlace micro-ondas para backup das fibras ópticas**, que interligam as centrais técnicas do edifício da Rádio Nacional - RANAC e Sede em Brasília, e atualização tecnológica dos receptores de satélites dessas centrais;

460 eventos ao vivo atendidos

Destaques:



51 eventos Governo Federal



28 jogos de Futebol da Série "D" do campeonato brasileiro

Instalações de equipamentos *broadcast* no estúdio da Voz do Brasil para o novo programa **RÁDIO NA TV**



Aquisição de transmissores de Rádio para a Rádio Nacional FM de Brasília, Rádio MEC RJ, Rádio Nacional São Luís, Ondas Curtas no Rodeador DF e Rádio FM em Tabatinga

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

- **Início do monitoramento de compartilhamentos de matérias da Agência Brasil em outros sites de notícias**, por meio da ferramenta *Agência Brasil Tracker* desenvolvida internamente;
- **Implementação de nova plataforma de geração de caracteres - GC** utilizada para a inserção de texto e gráfico sobre as imagens transmitidas ao vivo ou previamente gravadas, oferecidos em 4 *switchers* da TV;
- **Finalização do sistema *Integra*** para difusão de informações e envio de arquivos de programação aos membros da Rede Nacional de Comunicação Pública/TV;
- **Início das transmissões do sinal em *Built to suit - BTS***, ou seja, sinal de Distribuição de Rede comprimido para a Rede Nacional de Comunicação Pública;
- **Desenvolvimento da ferramenta *Scraper***, pela equipe da EBC, baseada em ferramenta aberta, cujo o objetivo é coletar dados de audiência das transmissões via *streaming*;
- **Implementação da Central de *Live Streaming*** no Sede da EBC para publicações na web;
- **Novo sistema de monitoramento de servidores, sites, aplicações** com envio de alerta por e-mail e chat EBC em tempo real (*Zabbix*);
- **Revitalização das estruturas técnico operacionais** da regional inaugurada com o início das operações do *Glass Studio* no Rio de Janeiro;
- **Aquisição e instalação de sistema backup e sistema principal para a retransmissora de TV Digital RTVD do morro do Mendanha/RJ**; e
- **Estudo e implementação de uma ferramenta Open Source "*Simple Video Playback*"** na produção dos replays de vídeo dos lances das partidas de futebol da série D.



Desenvolvimento da camada web da aplicação para a apuração das Eleições 2020, o que possibilitou os seguintes resultados:

+ de 8,3 terabytes

de dados trafegados nos dias 15 e 29/11

5 horas

de transmissão ao vivo nos 2 turnos

+de 4 mil peças de resultados das eleições com o nome EBC disponibilizadas para parceiros inéditos que utilizaram os dados e peças audiovisuais produzidos pela EBC em suas coberturas

ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

ANÁLISE POR OBJETIVO ESTRATÉGICO

Objetivo Estratégico 9: Aprimorar a gestão organizacional e de pessoas

A gestão da estratégia, dos processos e das pessoas será aprimorada para que os resultados planejados sejam alcançados. A comunicação interna será fortalecida.

Indicadores Estratégicos

Índice de Capacitação de Competências Críticas

Diretoria	Capacitações	Filtro RH ¹	Prioridades 1 e 2 ²	Prioridades 3,4,5 ³
PRESI	88	73	35	38
DIJOR	59	42	20	22
DICOP	47	31	18	13
DIGER	9	9	7	2
DIAFI	80	59	31	28
DOTEC	90	67	32	35
Total	373	281	143	138

202 cursos realizados em 2020 (prioridades 1 e 2) **▶ 141%** de execução do total solicitado (prioridades 1 e 2)

*Foram realizadas 100% de todas as capacitações previstas como prioridades 1 e 2, e mais outras demandas caracterizadas como essenciais;

- Foram consideradas elegíveis 281 capacitações das 373 solicitadas pelas Diretorias no Levantamento de Necessidades de 2020, e identificadas as prioridades de 1 a 5;
- Dos temas considerados prioridades 1 e 2, foram ofertadas 21 oportunidades de capacitação no 1º trimestre, 65 no 2º trimestre, 73 no 3º trimestre e 43 no 4º trimestre;
- As oportunidades variaram em internas, externas, presenciais, EAD, gratuitas e pagas; e
- A carga horária total de capacitações em 2020 foi de 2.298 horas, conforme comprovação em certificados.

¹Excluídas 92 capacitações: repetidas, transversais e gerenciais, cursos indicados pelo nome da empresa, cursos voltados para certificação.

²Prioridade 1 e 2 – esforço para atendimento preferencial.

³Prioridade 3, 4 e 5 – atendimento de acordo com as possibilidades.

Meta definida para o ano de 80% das prioridades 1 e 2

Índice de Governança – IG-SEST*



* A aplicação é anual, mas não ocorreu em 2020.

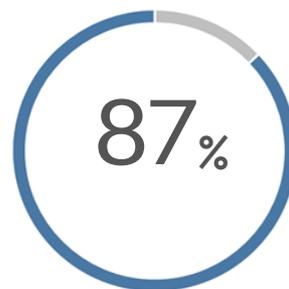
ANÁLISE DO DESEMPENHO ANUAL DA ESTRATÉGIA - PLANO DE NEGÓCIOS 2020

Contribuição dos Projetos Operacionais para o Objetivo Estratégico "Aprimorar a gestão organizacional e de pessoas":

Total de Projetos Operacionais

23

média de execução dos projetos previstos no Plano de Negócios



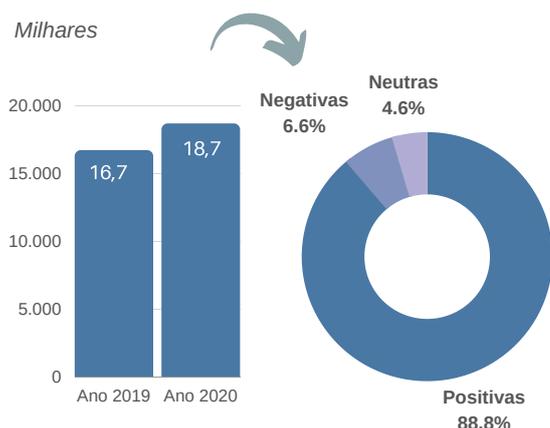
Principais Destaques:

- **Combate e Prevenção ao Coronavírus na EBC:** adoção de ações para a ambientação adequada das instalações, em decorrência da pandemia; aquisição e distribuição de 1.000 máscaras cirúrgicas em poliéster aos empregados; aquisição de 220 litros de álcool gel 70 e 6 litros de álcool líquido 70% para uso dos empregados; aquisição de 10 litros de álcool isopropílico para sanitização de equipamentos dos estúdios de Rádio e TV; sanitização das dependências da EBC em Brasília; sinalização das áreas internas, técnicas e estúdios com placas de aviso sobre o uso obrigatório de máscaras e álcool gel para acesso às dependências da EBC; redução das demandas de transporte de empregados em 60%, devido ao teletrabalho (Deliberação DIREX nº 71 e 99); campanhas de combate e prevenção ao Coronavírus;
- **Revisão do Estatuto Social da EBC,** em razão da disponibilização do novo modelo elaborado pela SEST, alinhado às diretrizes da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico – OCDE;
- **Aprovação da revisão dos indicadores e projetos estratégicos** pelo Conselho de Administração; e
- **Implementação do WhatsApp EBC,** com o objetivo de dinamizar a comunicação com os empregados e facilitar o acesso a notícias e conteúdos institucionais;
- **Promoção da Semana Nacional de Educação Financeira nos perfis da Agência Brasil e TV Brasil** com postagens especiais; e
- **Desenvolvimento de livro educativo para interação digital** e também com possibilidade de impressão por meio da página da TV Brasil Animada.

Menções captadas na mídia on-line

Comunicação Interna

Milhares



06

ANÁLISE DE RISCOS E OPORTUNIDADES DA ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO

ANÁLISE DE RISCOS E OPORTUNIDADES DA ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO

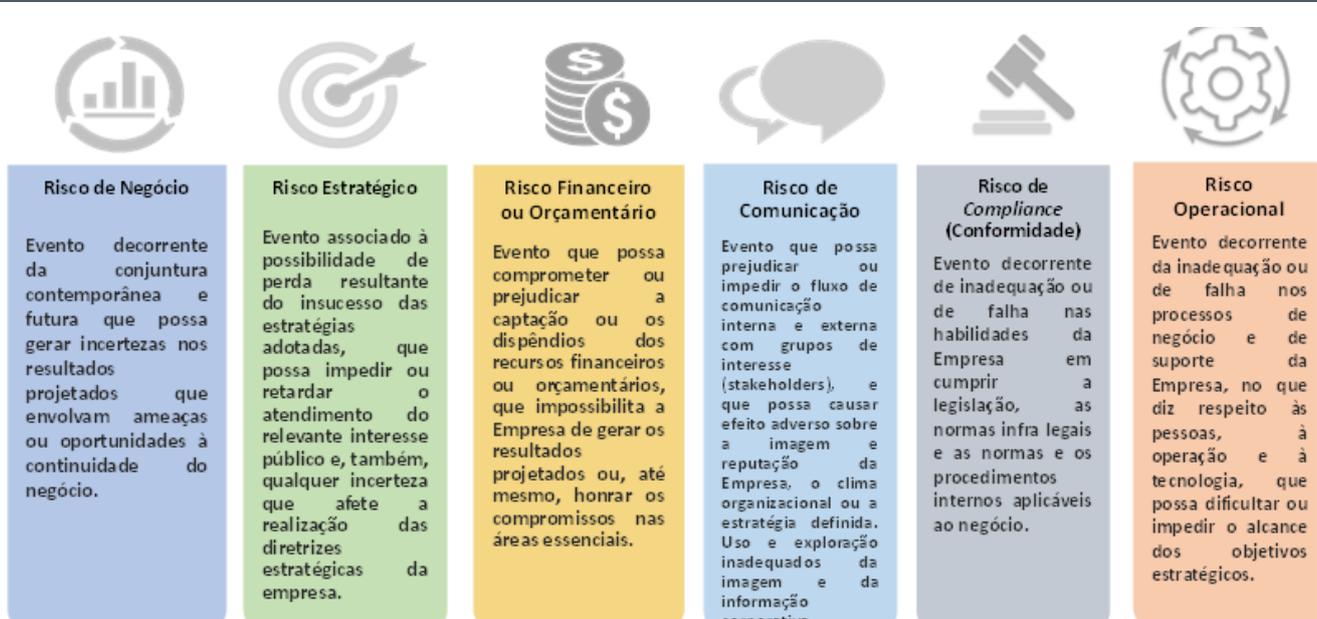


Figura 8 - Fatores de Riscos (tipos de riscos) institucionais

A partir da edição da Política de Gerenciamento de Integridade, Riscos e Controles Internos, foi definida a metodologia para identificação, avaliação e elaboração de plano de controles dos riscos às atividades da EBC. O Conselho de Administração definiu os seis Fatores de Riscos* (tipos de riscos) a serem monitorados.

Cabe ressaltar que esses são os Fatores de Riscos que podem afetar a capacidade de a EBC alcançar seus objetivos e devem ser controlados e monitorados constantemente, por meio de indicadores, apresentado no Relatório de Gestão de Riscos e Controles Internos, e na Nota Informativa nº 03/2018, aprovado pelo Comitê de Governança, Riscos e Controles Internos (Diretoria Executiva) e apreciado pelo Conselho de Administração**.

É importante destacar que, desde 2018, a EBC avança na integração do gerenciamento dos riscos à estratégia, por meio da identificação de eventos de riscos que podem influenciar a realização dos Objetivos Estratégicos e consequentemente afetar o cumprimento da Missão Institucional.

*Aprovado por meio da Deliberação CONSAD nº 34/2017.

**Aprovado pela Diretoria Executiva – DIREX por meio da Deliberação nº 118 de 13/12/2018 e apreciado pelo Conselho de Administração – CONSAD no dia 18/12/2018.

ANÁLISE DE RISCOS E OPORTUNIDADES DA ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO

Gestão de Riscos e Controles Internos

A finalidade é tornar a gestão preventiva, reduzir possíveis eventos de fraude e corrupção, identificar e tratar os riscos inerentes à operação da Empresa para maior eficiência no gasto do dinheiro público, ao mesmo tempo informar os Administradores das oportunidades, no sentido de manter a convergência entre os gastos e a finalidade pública para qual a EBC foi criada.



Figura 9 - Estrutura da Gestão de Riscos

A área de gestão de riscos e controles internos apoia as unidades de governança corporativa da EBC, auxilia a gestão dos processos organizacionais e a atuação dos diretores, conselheiros e membros dos comitês no estabelecimento de medidas adequadas para alcançar os resultados projetados, a custos razoáveis e manter a compatibilidade entre as decisões e a Estratégia de Longo Prazo. Seu resultado deve estar representado na maturidade dos controles internos, na demonstração de eficiência operacional e no alinhamento da atuação dos dirigentes, gestores e empregados ao Código de Conduta e Integridade, às metas de resultado anuais e de longo prazo e na própria estrutura de gestão de riscos, conforme figura acima.

A atuação coesa e coordenada no modelo das Três Linhas de Defesa, atribuindo papéis e responsabilidades explícitas e específicas para cada órgão de governança, é fundamental na governança corporativa da EBC, conforme preconizado na Política de Gerenciamento de Integridade, Riscos e Controles Internos - PO-900/02.

A alta Administração e os órgãos de governança têm, coletivamente, a responsabilidade e o dever de prestar contas sobre o estabelecimento dos objetivos da organização, a definição e a implementação de estratégias, estruturas e processos de governança para execução da Política Pública de Comunicação.

A figura ao lado demonstra a estrutura decisória e o fluxo de informações das linhas de defesa no gerenciamento de riscos e controles internos:



Figura 10 - Linhas de Defesa

ANÁLISE DE RISCOS E OPORTUNIDADES DA ESTRATÉGIA DE LONGO PRAZO

Análise de Riscos e Oportunidades da Estratégia de Longo Prazo

Desde 2019, a EBC realiza a Análise de Riscos e Oportunidades sobre a Estratégia de Longo Prazo com objetivo de atender ao inciso XIII, do artigo 58, do Estatuto Social. No documento é demonstrada a aplicação dos conceitos e avaliações da Gestão de Riscos Corporativos na Estratégia de Longo Prazo, com vistas a proteger o valor público às partes interessadas e subsidiar a política pública de responsabilidade da EBC.

Esse processo é contínuo e orgânico, de forma que a EBC, nas suas avaliações da estratégia, compreenda os riscos que possam vir a afetar a organização e, com isso, propiciar um ambiente de maior controle, a fim de promover decisões assertivas e tempestivas na condução da Estratégia.

Foram identificados e analisados riscos sobre a estratégia em 2020. Com o desenvolvimento das ações pelas Diretorias para conclusão dos Projetos Estratégicos, foram verificados os impactos sobre os riscos vinculados aos Objetivos Estratégicos. Tais medidas auxiliaram na redução dos níveis de impacto sobre a imagem, a estratégia e o financeiro-orçamentário.

Algumas ações de oportunidade foram visualizadas nos planejamentos dos anos anteriores e nos resultados alcançados em 2020, com destaque para as ações de fortalecimento de parcerias com os Ministérios.

Na análise, foi constatado que a Empresa adota procedimentos preventivos e corretivos no sentido de mitigar esses possíveis eventos, o que demonstra um ambiente de controle frente às incertezas no âmbito interno e externo em que a EBC está inserida.

A atuação coordenada e efetiva da primeira e da segunda linha de defesa, uma vez que as áreas conhecem suas atividades com profundidade e são capazes de atuar preventivamente nos processos de trabalho e nos possíveis impactos de suas ações, promove o tratamento e o controle dos riscos e sua exposição na consecução dos Objetivos Estratégicos.

Outro aspecto relevante é o acompanhamento sistemático da estratégia, por meio das Reuniões de Avaliação da Estratégia - RAE, o uso da metodologia do *Balanced Scorecard* – BSC, ferramenta de Planejamento Estratégico utilizada pela Empresa, e a Cadeia de Valor que representa o conjunto de macroprocessos que a organização realiza para agregar valor aos clientes da Empresa. Ademais, o monitoramento da exposição dos riscos afetos à EBC, conforme definido nos Fatores de Riscos Institucionais, visa apoiar a Diretoria Executiva e o Conselho de Administração no alcance das metas e dos resultados do Mapa Estratégico e da Missão institucional, com foco no valor público para a sociedade, cliente da EBC.

Assim, todos esses trabalhos remontam à premissa de propiciar, no nível da Alta Administração, a execução da gestão de riscos incorporada à gestão da estratégia com a utilização do *Balanced Scorecard* – BSC e de apoiar a Diretoria com informações que subsidiem as Reuniões de Avaliação da Estratégia dos próximos anos, bem como o monitoramento da exposição aos riscos afetos à EBC.

07

CADEIA DE VALOR - PROCESSOS DE TRABALHO

CADEIA DE VALOR - PROCESSOS DE TRABALHO

A Cadeia de Valor engloba uma série de atividades relacionadas e desenvolvidas pela Empresa, a fim de satisfazer as necessidades dos clientes, desde as relações com os fornecedores e ciclos de produção até a fase da distribuição para o consumidor final, a sociedade.

A capacidade de relacionar a estratégia com os processos e o auxílio na identificação de que parte do processo atuar para que uma dada estratégia seja sustentada e assim promover vantagem competitiva é uma das principais utilidades da Cadeia de Valor. A ferramenta contribui, também, para reforçar que os processos são estruturas que agregam valor e que processos secundários ou de suporte devem ser integrados às atividades finalísticas ou primárias para melhor responder à estratégia. Além disso, a Cadeia de Valor prevê que, em qualquer processo, sua saída tem que ser mais valorizada que as suas entradas.

A Cadeia de Valor da EBC

A Cadeia de Valor da EBC, definida em 2015, abarca dentre seus projetos de modelagem realizados aqueles relativos aos processos de: gestão de pessoas, alinhamento organizacional, acervo, gestão da Rede Nacional de Comunicação Pública – RNCP e correição. A vinculação da Cadeia de Valor à Estrutura Organizacional e aos Objetivos Estratégicos, e a identificação de processos críticos às atividades da EBC contribuíram para reforçar a Cadeia de Valor como instrumento de gestão.

Entretanto, após o período de maturidade da gestão da Empresa, o modelo e a estrutura da Cadeia foram atualizados.

Destaca-se que, em 2020, ocorreu o realinhamento da Cadeia de Valor* da EBC pela Diretoria Executiva, construída com base nas orientações estratégicas consolidadas no Mapa atualizado em novembro de 2019.

O realinhamento da Cadeia de Valor utilizou-se de abordagens mais modernas sobre a temática, com a inclusão da classificação dos Macroprocessos Estratégicos. Além disso, os macroprocessos foram revisados e reorganizados.

Em 2021, os esforços serão voltados para o avanço no detalhamento da Cadeia de Valor.



Figura 11 - Cadeia de Valor (Macroprocessos)

**Aprovado pela Deliberação DIREX nº 60 de 13/08/2020 e Deliberação CONSAD nº 34 de 14/12/2020.

CADEIA DE VALOR - PROCESSOS DE TRABALHO

Macroprocessos Estratégicos

Definições de Diretrizes	Definir princípios e diretrizes sobre todos os temas relacionados aos negócios da EBC para a tomada de decisão, especialmente, as colegiadas (DIREX, CONSAD, CTIC, CPR, etc).
Gestão da Estratégia	Promover as condições necessárias para que a EBC alcance seus resultados, por meio dos direcionadores estratégicos, do alinhamento organizacional (desdobramento e comunicação), do monitoramento contínuo e da revisão, quando necessária, das estratégias a serem seguidas.
Governança	Atuar de forma eficiente e transparente, agindo em conformidade com as diretrizes e leis relativas ao negócio da EBC; estruturar as transações com as partes relacionadas; e definir modelo de relacionamento com o público/cidadão.

Macroprocessos de Negócios

Planejamento da Programação e Produção	Definir o planejamento operacional, tanto da programação quanto do tipo de produção para cada veículo, com base nas informações de audiência, tendências de mercado, comportamento do público e nas diretrizes traçadas.
Produção e Aquisição de Conteúdo	Produzir, coproduzir ou adquirir conteúdos jornalísticos e não jornalísticos em diferentes formatos e multiplataformas, conforme diretrizes, linha editorial e planejamento; e disponibilizar canais de comunicação com o público ou a sociedade em geral de forma a promover a interação e a aproximação dos veículos com seus ouvintes, telespectadores e usuários.
Programação	Elaborar a grade e o roteiro de programação, baseado no planejamento realizado; organizar os conteúdos produzidos/adquiridos, de forma a compatibilizá-los com o público de cada faixa de horário e com cada plataforma; analisar a conformidade do material produzido/adquirido ao padrão de qualidade da EBC; e estruturar o roteiro com a inserção de chamadas, peças publicitárias e interprogramas.
Distribuição	Distribuir o conteúdo empacotado nas diversas plataformas e veículos e entregar à sociedade.
Tecnologia de Infraestrutura	Responsável pelo planejamento, desenvolvimento, monitoramento e manutenção das operações de engenharia da Empresa, de forma a garantir a sua operacionalidade e proporcionar a entrega do conteúdo à sociedade.
Gestão da RNCP	Promover o relacionamento com as emissoras afiliadas; e prospectar, formalizar, operacionalizar, apoiar e monitorar as afiliadas no sentido de expandir a capilaridade do sinal de TV e de Rádio para o fortalecimento da Rede Nacional de Comunicação Pública - RNCP.
Serviços	Responsável pela prestação de serviço, relacionamento comercial, prospecção e vendas de espaços publicitários e serviços; licenciamento de conteúdos gerados pela EBC ou de seu acervo; gestão das marcas da Empresa; precificação de projetos e de patrocínios de mídia, além de propor valores e tabelas de preços para os produtos e serviços comercializados pela EBC.

Macroprocessos de Suporte

Tecnologia da Informação	Fornecer suporte e apoio tecnológico para a execução dos processos de pesquisa, atendimento, avaliação, aquisição e desenvolvimento de soluções de tecnologias da informação e da comunicação voltadas ao atendimento das atividades e processos da Empresa, inclusive os de produção, gestão e de distribuição de conteúdo nas plataformas de TV, Rádio e Web; e contribuir na gestão organizacional ao paramentá-la para a tomada de decisão ágil e assertiva.
Administrativo e Divulgação	Prestar apoio e suporte para o bom desempenho de suas atividades fim, por meio da gestão dos recursos financeiros, de pessoas, de patrimônio e de insumos; definir o modelo de comunicação social interna, disponibilizando canais de comunicação adequados, de forma que a comunicação flua com clareza; e desenvolver vínculos com o público, buscando a fidelização e promoção da marca de seus veículos e produtos.

CADEIA DE VALOR - PROCESSOS DE TRABALHO

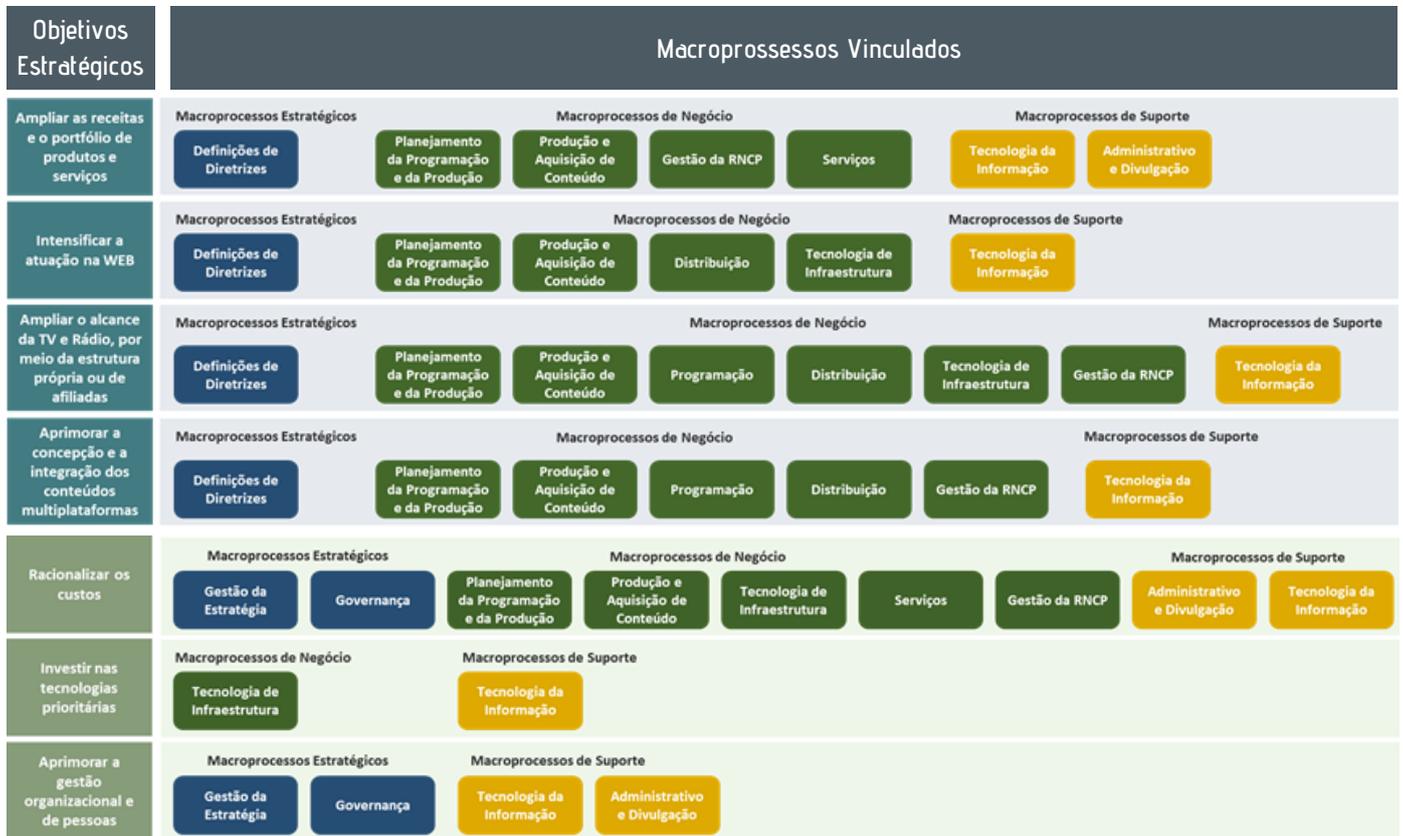


Figura 12 - Vinculação dos Objetivos Estratégicos e Macroprocessos da Cadeia de Valor

08

CONSIDERAÇÕES FINAIS

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este Relatório apresenta de forma sucinta os resultados alcançados pela EBC ao longo de 2020, diante das Diretrizes Colegiadas estabelecidas e dos desafios enfrentados pela gestão da Empresa. Esses resultados são demonstrados por meio da evolução dos Indicadores Estratégicos frente às metas propostas.

Além dos Indicadores Estratégicos são apresentados os principais destaques e a contribuição dos Projetos Operacionais para o alcance dos Objetivos Estratégicos, utilizando a metodologia da média de execução das atividades planejadas nesses projetos, que alcançou 90% de execução do Plano de Negócios 2020.

Cabe destacar que apesar de todos os desafios impostos em decorrência da pandemia do coronavírus, o ano de 2020 foi de muitos avanços, como por exemplo:

- TV Brasil se posicionou no 9º lugar* no mercado;
- Lançamento do canal 1 da TV Brasil na cidade de São Paulo;
- Operação multiplataforma na cobertura das Eleições 2020;
- Inauguração do *Glass Studio* no Rio de Janeiro;
- Transmissão do jogo da seleção brasileira de futebol pelas eliminatórias da Copa do Mundo 2022 com a maior audiência da TV Brasil e da Série D do Campeonato Brasileiro de Futebol;
- Alcance de quase 95 milhões de usuários únicos no site da Agência Brasil, o que representa 252% de aumento em relação a 2019;
- Aproveitamento por outros sites de 100% das matérias publicadas na Agência Brasil;
- Crescimento do número seguidores e visualizações das Redes Sociais da EBC;
- Realizado o Encontro da Rede Nacional de Comunicação Pública - RNCP TV e Rádio, com a finalidade de fortalecer a Rede e discutir desafios e estratégias de cooperação;
- Intensificadas as ações para as instalações das estações de TV Digital em Maceió/AL, Palmas/TO, Brazlândia/DF, Ceilândia/DF e Porto Velho/RO;
- Adquiridos transmissores para Rádios da EBC, em Brasília/DF, Rio de Janeiro/RJ, São Luís/MA, e, em especial, ondas curtas no Rodeador/DF e em Tabatinga/AM, com o objetivo de disponibilizar conteúdo de qualidade para outras regiões do Brasil;
- A EBC ficou em 1º lugar no ranking de desempenho na qualidade da informação de Custos na categoria Empresas Estatais dependentes do Tesouro, da Secretaria do Tesouro Nacional (STN);
- 1º lugar em elogios do cidadão no ranking das 324 Ouvidorias da Administração Pública Federal.

A EBC continua focada em aprimorar seu planejamento, com vistas à racionalização de custos e ao aperfeiçoamento da qualidade dos gastos públicos e seguirá na busca pela eficiência de seus processos, com o desafio de alcançar a sustentabilidade econômico-financeira de modo a privilegiar investimentos e a reduzir o custeio.

Para atender a diretriz da Administração da EBC, com uma filosofia mais participativa e integrada na execução dos projetos, novas frentes de ação serão implementadas em 2021, como: a prospecção de novos negócios, com o propósito de ampliar suas receitas próprias, a partir do incremento da capacidade produtiva da Empresa e da ampliação do portfólio de produtos e serviços, resultando em novos contratos com a Administração Pública.

Outra medida será a intensificação das presenças digitais, no intento de fortalecer o engajamento e a interação dos veículos da Empresa com o cidadão brasileiro e, ainda, consolidar o nome da Agência Brasil, TV Brasil, Rádio Nacional e MEC.

A EBC está comprometida com a transparência e com o atendimento às leis que a Empresa está sujeita, com a busca pela excelência na prestação de serviços e, sobretudo, com os princípios da governança, que reforça sua Visão de longo prazo e sua Missão de *criar e difundir conteúdos que contribuam para o desenvolvimento da consciência crítica das pessoas*, sendo uma Empresa de comunicação relevante para a sociedade.

* Fonte: Painel Nacional de Televisão – PNT de TVs abertas e fechadas.



EBC