

# PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EMC

# SUMÁRIO

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| 1. INTRODUÇÃO .....                                  | 3  |
| 2. ANÁLISE DO AMBIENTE .....                         | 4  |
| 3. MAPA ESTRATÉGICO .....                            | 5  |
| 4. VISÃO .....                                       | 6  |
| 5. MISSÃO .....                                      | 7  |
| 6. VALORES .....                                     | 8  |
| 7. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS FINALÍSTICOS .....         | 9  |
| 8. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS - PROCESSOS INTERNOS ..... | 21 |
| 9. OBJETIVO ESTRATÉGICO - SUPORTE .....              | 24 |
| 10. PROJETOS ESTRATÉGICOS .....                      | 25 |

# 1. INTRODUÇÃO

Este documento apresenta o resultado de um intenso processo de reflexão, debate e construção de consensos, liderado pela equipe envolvida na formulação estratégica da Empresa Mineira de Comunicação (EMC), com o objetivo de construir o planejamento estratégico da instituição para o período de 2025-2027.

Desde então, o grupo composto por diretores da empresa, em conjunto com a Assessoria da Presidência, realizou diversos encontros dedicados exclusivamente à elaboração do plano estratégico da organização. O resultado alcançado é fruto de uma construção participativa e de um robusto processo de aprendizagem organizacional.

O plano estratégico define a visão, objetivos e ações para o crescimento sustentável da EMC. Ele é baseado em uma análise detalhada do ambiente interno e externo, como a matriz SWOT. A partir dessa análise, estabelece metas claras, planos de ação e responsáveis para cada iniciativa. Além disso, inclui um sistema de monitoramento para garantir que os objetivos sejam atingidos. Esse processo permite que a empresa se antecipe a desafios e maximize oportunidades de forma estruturada.

## 2. ANÁLISE DO AMBIENTE

A análise do ambiente é uma etapa crucial no planejamento estratégico de qualquer organização, pois permite compreender os fatores internos e externos que podem influenciar seu desempenho e seus objetivos. Para a EMC, essa análise foi essencial para entender as oportunidades e ameaças presentes no cenário social, econômico, cultural e tecnológico de Minas Gerais. Ao avaliar as necessidades e expectativas dos mineiros, assim como as tendências do setor de comunicação e educação, a EMC pôde tomar decisões mais informadas, identificar áreas de melhoria e garantir que suas ações estivessem alinhadas com as mudanças e desafios emergentes.

A **Análise SWOT**, escolhida como metodologia para esta avaliação, é amplamente reconhecida na teoria de gestão estratégica por sua simplicidade e eficácia. Desenvolvida por Albert Humphrey nos anos 1960, a SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) oferece uma visão clara e estruturada dos fatores internos (forças e fraquezas) e externos (oportunidades e ameaças) que afetam a organização. Sua aplicabilidade universal a torna uma ferramenta poderosa para diagnosticar a posição de uma empresa no mercado e identificar áreas críticas que exigem atenção estratégica.

A Análise SWOT realizada indicou pontos-chave sobre as forças internas da EMC, como a infraestrutura de transmissão consolidada, os produtos culturais e educacionais diferenciados e marcas fortes (Rede Minas e Rádio Inconfidência). Também foram identificadas oportunidades, como a expansão para novos mercados e avanços tecnológicos, além de ameaças externas, como a concorrência crescente no setor e mudanças no comportamento do consumidor. No entanto, a análise também revelou algumas fraquezas, como os recursos financeiros limitados e os desafios de gestão.

Segue abaixo um resumo do Plano Estratégico sugerido com base na análise SWOT:

| Objetivo                                 | Ações                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Fortalecer a Sustentabilidade Financeira | <p>Buscar novos modelos de receita (publicidade, parcerias, monetização digital);</p> <p>Ampliar captação via Lei de Incentivo à Cultura e outros incentivos fiscais;</p> <p>Melhorar gestão financeira para otimizar custos;</p> <p>Buscar novos modelos de receita (publicidade, parcerias, monetização digital);</p> <p>Ampliar captação via Lei de Incentivo à Cultura e outros incentivos fiscais;</p> <p>Melhorar gestão financeira para otimizar custos.</p> |
| Modernizar Infraestrutura e Tecnologia   | <p>Investir na aquisição de novos equipamentos;</p> <p>Acelerar digitalização e adoção de novas tecnologias;</p> <p>Criar programas de capacitação para equipe técnica;</p> <p>Acelerar digitalização e adoção de novas tecnologias;</p> <p>Criar programas de capacitação para equipe técnica.</p>                                                                                                                                                                 |
| Expandir Audiência e Alcance de Mercado  | <p>Desenvolver estratégias de marketing digital e social media;</p> <p>Ampliar distribuição de conteúdo através de novas plataformas;</p> <p>Criar novos formatos de conteúdo para atender diferentes perfis de público;</p>                                                                                                                                                                                                                                        |
| Melhorar Eficiência Operacional          | <p>Revisar e otimizar processos administrativos;</p> <p>Implementar ferramentas de gestão para aumentar eficiência;</p> <p>Reestruturar equipe e preencher lacunas de mão de obra;</p> <p>Implementar ferramentas de gestão para aumentar eficiência;</p> <p>Reestruturar equipe e preencher lacunas de mão de obra.</p>                                                                                                                                            |
| Fortalecer Parcerias e Networking        | <p>Estabelecer alianças com empresas de tecnologia e educação;</p> <p>Intensificar colaborações com instituições culturais;</p> <p>Buscar apoio de influenciadores e lideranças do setor.</p> <p>Estabelecer alianças com empresas de tecnologia e educação;</p> <p>Intensificar colaborações com instituições culturais;</p> <p>Buscar apoio de influenciadores e lideranças do setor.</p>                                                                         |

Com base nos resultados da análise SWOT, a EMC pode agora direcionar suas ações estratégicas de forma mais precisa, aproveitando suas forças, abordando suas fraquezas e explorando as oportunidades, ao mesmo tempo em que se prepara para lidar com as ameaças identificadas.

### 3. MAPA ESTRATÉGICO

## EMC - EMPRESA MINEIRA DE COMUNICAÇÃO

#### MISSÃO

Ser uma referência em conectar os mineiros à sua cultura, promovendo educação, valorização e inovação, e garantindo o acesso à informação de qualidade para contribuir com o desenvolvimento socioeconômico e o bem-estar da sociedade.

#### VISÃO

Conectar as pessoas por meio de conteúdos que informem, eduquem e entrettenham, promovendo o desenvolvimento socioeconômico do estado.

#### OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

##### FINALÍSTICOS

- . Aumentar, diversificar e consolidar a audiência;
- . Percepção e fortalecimento da imagem institucional da EMC e suas marcas;
- . Fortalecer as receitas e portfólio de produtos e serviços.

##### PROCESSOS INTERNOS

- . Implementar a política de gestão de pessoas, de forma alinhada com a atuação multiplataforma e intersetorial;
- . e Garantir um modelo de gestão eficiente, com foco no aperfeiçoamento dos processos, ampliação da receita e responsabilidade com os gastos.

##### SUPORTE

- . Reduzir os custos operacionais da EMC.

#### VALORES

Ética e  
Transparência;

Equilíbrio  
Editorial;

Linguagem  
Própria;

Democratização da  
Informação e do Conhecimento;

Desenvolvimento  
Sustentável;

Representatividade  
e Pluralidade;

Integração e  
Profissionalismo;

Valorização do Capital Intelectual,  
Inovação e Criatividade.

## 4. VISÃO

A visão é essencial para qualquer organização, pois define a direção a ser seguida no futuro. Ela orienta as estratégias e ações, garantindo que todos os esforços estejam alinhados com os objetivos de longo prazo. Uma visão clara e inspiradora ajuda a motivar equipes e a criar um impacto significativo, guiando a organização na busca por seus propósitos e no enfrentamento dos desafios que surgem ao longo do caminho.

**“Ser uma referência em conectar os mineiros à sua cultura, promovendo educação, valorização e inovação, e garantindo o acesso à informação de qualidade para contribuir com o desenvolvimento socioeconômico e o bem-estar da sociedade.”**

## 5. MISSÃO

A missão de uma empresa é uma declaração clara e concisa que define o propósito da empresa, o que ela faz e para quem o faz. É uma ferramenta essencial para orientar as decisões estratégicas e táticas da empresa e para comunicar sua identidade aos funcionários, clientes e outras partes interessadas.

Para uma empresa pública, a definição da missão é ainda mais essencial, pois seus verdadeiros proprietários são os cidadãos, representados pelo Estado. Assim, a missão deve estar alinhada com os interesses da sociedade, garantindo que a empresa crie valor para o bem comum. Ela também deve orientar as ações da empresa para atender às necessidades da população, sempre de forma transparente e eficiente.

**“Conectar as pessoas por meio de conteúdos que informem, eduquem e entretenham, promovendo o desenvolvimento socioeconômico do estado.”**

## 6. VALORES

Os valores da EMC são a espinha dorsal de nossa organização, fornecendo uma moldura para todas as nossas ações e decisões. Eles estabelecem limites claros sobre o que é aceitável e o que não é, e nos ajudam a manter um alto nível de ética e profissionalismo em tudo o que fazemos.

Nossos valores são mais do que apenas palavras em uma página; eles são princípios vivos que orientam nosso comportamento diário. Eles nos ajudam a construir relacionamentos fortes com nossos funcionários, clientes e parceiros, e nos permitem alcançar nossos objetivos de forma sustentável e responsável.

Acreditamos que nossos valores são essenciais para nosso sucesso, e estamos comprometidos em vivê-los todos os dias.

**Ética e Transparência:** Assegurar transparência e conduta ética, divulgar atos e ações publicamente e promover as melhores práticas de gestão.

**Equilíbrio Editorial:** Atuar para transformar a vida das pessoas, oferecendo informações úteis e relevantes, com atenção à diversidade de fontes e ao rigor na qualidade da informação.

**Linguagem Própria:** Incorporar a diversidade regional, cultural, linguística e social para conectar-se com as pessoas de maneira simples, autêntica e acessível.

**Democratização da Informação e do Conhecimento:** Disponibilizar informações de forma acessível e simplificada, em diversos formatos.

**Desenvolvimento Sustentável:** Administrar recursos de maneira eficiente, responsável e sustentável, reduzindo impactos ambientais e sociais. Fazer mais com menos.

**Representatividade e Pluralidade:** Valorizar e reafirmar a diversidade de existências por meio de uma atuação consciente e contínua.

**Integração e Profissionalismo:** Promover comunicação transversal, baseada em confiança, empatia e humanização, fortalecendo a interação entre equipes. Estimular parcerias justas e benéficas, com reconhecimento mútuo.

**Valorização do Capital Intelectual, Inovação e Criatividade:** Fomentar um ambiente que valorize o desenvolvimento pessoal, a inovação tecnológica e o investimento em novos negócios.

## 7. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS FINALÍSTICOS

**Os objetivos estratégicos finalísticos da EMC são:** Aumentar, diversificar e consolidar a audiência; Percepção e fortalecimento da imagem institucional da EMC e suas marcas; Fortalecer as receitas e portfólio de produtos e serviços. Para atingir os objetivos, propõe-se os seguintes indicadores.

### **INDICADOR 1.1: Média de audiência da programação da Rede Minas.**

**Descrição:** Indicador que visa monitorar a audiência média dos programas produzidos pela Rede Minas. Como meta para os programas com desempenho abaixo da média (1730 domicílios por minuto), foi proposto o nivelamento com a audiência média dos programas produzidos pela EMC.

Para os demais programas (que estão acima da audiência média), foi pactuado um crescimento de 10% ao ano (2,5% por trimestre).

Em caso de estreia de novo programa na grade, que não consta listado no quadro de metas, será considerado como meta a média do período.

**Alinhamento com o Objetivo Estratégico:** Aumentar, diversificar e consolidar a audiência.

**Fórmula de cálculo:** Somatório do “Rating #” de cada programa = (Número de domicílios sintonizados / Total de domicílios na população alvo) x 100.

**Unidade de Medida:** Numeral.

**Polaridade:** Maior melhor.

**Setor Responsável:** Diretoria de Conteúdo e Programação.

**Fonte de comprovação:** Relatório de pesquisa de audiência domiciliar de televisão elaborado pela Diretoria Geral, com base nos dados enviados pela Kantar/Ibope.

**Periodicidade de Monitoramento:** Trimestral.

**Periodicidade de Avaliação:** Trimestral.

**Metas:** Conforme quadro abaixo.

| PROGRAMAS                  | Meta<br>(jan/fev/mar/25) | Meta<br>(abr/mai/jun/25) | Meta<br>(jul/ago/set/25) | Meta<br>(out/nov/dez/25) |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| AGENDA                     | 1,39                     | 1,50                     | 1,62                     | 1,73                     |
| ALTOFALANTE NOT            | 1,53                     | 1,60                     | 1,66                     | 1,73                     |
| ARRUMAÇÃO MAT              | 0,48                     | 0,90                     | 1,31                     | 1,73                     |
| BRASILDAS GERAES           | 1,54                     | 1,61                     | 1,67                     | 1,73                     |
| CINEMATÓGRAFO NOT          | 1,05                     | 1,28                     | 1,50                     | 1,73                     |
| COLETÂNEA NOT              | 1,53                     | 1,60                     | 1,66                     | 1,73                     |
| CONVERSACÕES               | 1,37                     | 1,49                     | 1,61                     | 1,73                     |
| DANGO BALANGO VES          | 2,87                     | 2,89                     | 2,92                     | 2,94                     |
| ESTAÇÕES                   | 2,20                     | 2,22                     | 2,25                     | 2,27                     |
| FAIXA DE CINEMA            | 1,35                     | 1,47                     | 1,60                     | 1,73                     |
| FUTEBOL VES                | 2,99                     | 3,02                     | 3,04                     | 3,07                     |
| HARMONIA MAT, VES E NOT    | 1,91                     | 1,96                     | 2,00                     | 2,05                     |
| HYPERSHOW NOT              | 1,71                     | 1,71                     | 1,72                     | 1,73                     |
| JORNAL MINAS 1a EDIÇÃO     | 1,16                     | 1,35                     | 1,54                     | 1,73                     |
| JORNAL MINAS 2a EDIÇÃO     | 1,71                     | 1,72                     | 1,72                     | 1,73                     |
| MEIODECAMPO                | 3,63                     | 3,66                     | 3,68                     | 3,71                     |
| MINAS DA GENTE             | 3,24                     | 3,26                     | 3,29                     | 3,31                     |
| NOTURNONOT                 | 1,44                     | 1,53                     | 1,63                     | 1,73                     |
| OPINIÃO MINAS              | 1,22                     | 1,39                     | 1,56                     | 1,73                     |
| PALAVRA CRUZADA            | 1,63                     | 1,67                     | 1,70                     | 1,73                     |
| PRIMEIRAS ESPORTIVAS       | 0,88                     | 1,17                     | 1,45                     | 1,73                     |
| ROTAS                      | 3,43                     | 3,46                     | 3,48                     | 3,51                     |
| <b>MÉDIA DOS PROGRAMAS</b> | <b>1,83</b>              | <b>1,93</b>              | <b>2,03</b>              | <b>2,13</b>              |

| PROGRAMAS                  | Meta<br>(jan/fev/mar/26) | Meta<br>(abr/mai/jun/26) | Meta<br>(jul/ago/set/26) | Meta<br>(out/nov/dez/26) |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| AGENDA                     | 1,77                     | 1,82                     | 1,86                     | 1,90                     |
| ALTO FALANTE NOT           | 1,77                     | 1,82                     | 1,86                     | 1,90                     |
| ARRUMAÇÃO MAT              | 1,77                     | 1,82                     | 1,86                     | 1,90                     |
| BRASILDAS GERAES           | 1,77                     | 1,82                     | 1,86                     | 1,90                     |
| CINEMATÓGRAF O NOT         | 1,77                     | 1,82                     | 1,86                     | 1,90                     |
| COLETÂNEA NOT              | 1,77                     | 1,82                     | 1,86                     | 1,90                     |
| CONVERSÇÕES                | 1,77                     | 1,82                     | 1,86                     | 1,90                     |
| DANGO BALANGO VES          | 3,23                     | 3,30                     | 3,37                     | 3,44                     |
| ESTAÇÕES                   | 2,48                     | 2,53                     | 2,59                     | 2,64                     |
| FAIXADE CINEMA             | 1,77                     | 1,82                     | 1,86                     | 1,90                     |
| FUTEBOL VES                | 3,36                     | 3,44                     | 3,51                     | 3,59                     |
| HARMONIA MAT, VES E NOT    | 2,15                     | 2,20                     | 2,24                     | 2,29                     |
| HYPERSHOW NOT              | 1,77                     | 1,82                     | 1,86                     | 1,90                     |
| JORNALMINAS 1a EDIÇÃO      | 1,77                     | 1,82                     | 1,86                     | 1,90                     |
| JORNALMINAS 2a EDIÇÃO      | 1,77                     | 1,82                     | 1,86                     | 1,90                     |
| MEIODECAMPO                | 4,08                     | 4,17                     | 4,27                     | 4,36                     |
| MINASDAGENTE               | 3,65                     | 3,73                     | 3,81                     | 3,89                     |
| NOTURNONOT                 | 1,77                     | 1,82                     | 1,86                     | 1,90                     |
| OPINIÃO MINAS              | 1,77                     | 1,82                     | 1,86                     | 1,90                     |
| PALAVRA CRUZADA            | 1,77                     | 1,82                     | 1,86                     | 1,90                     |
| PRIMEIRAS ESPORTIVAS       | 1,77                     | 1,82                     | 1,86                     | 1,90                     |
| ROTAS                      | 3,86                     | 3,94                     | 4,03                     | 4,12                     |
| <b>MÉDIA DOS PROGRAMAS</b> | <b>2,25</b>              | <b>2,30</b>              | <b>2,35</b>              | <b>2,40</b>              |

| PROGRAMAS                  | Meta<br>(jan/fev/mar/27) | Meta<br>(abr/mai/jun/27) | Meta<br>(jul/ago/set/27) | Meta<br>(out/nov/dez/27) |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| AGENDA                     | 1,95                     | 1,99                     | 2,03                     | 2,08                     |
| ALTO FALANTE NOT           | 1,95                     | 1,99                     | 2,03                     | 2,08                     |
| ARRUMAÇÃO MAT              | 1,95                     | 1,99                     | 2,03                     | 2,08                     |
| BRASIL DAS GERAES          | 1,95                     | 1,99                     | 2,03                     | 2,08                     |
| CINEMATÓGRAFO NOT          | 1,95                     | 1,99                     | 2,03                     | 2,08                     |
| COLETÂNEA NOT              | 1,95                     | 1,99                     | 2,03                     | 2,08                     |
| CONVERSÇÕES                | 1,95                     | 1,99                     | 2,03                     | 2,08                     |
| DANGO BALANGO VES          | 3,52                     | 3,59                     | 3,66                     | 3,82                     |
| ESTAÇÕES                   | 2,70                     | 2,75                     | 2,81                     | 2,95                     |
| FAIXADE CINEMA             | 1,95                     | 1,99                     | 2,03                     | 2,08                     |
| FUTEBOL VES                | 3,66                     | 3,74                     | 3,81                     | 3,99                     |
| HARMONIA MAT, VES E NOT    | 2,34                     | 2,39                     | 2,44                     | 2,67                     |
| HYPERSHOW NOT              | 1,95                     | 1,99                     | 2,03                     | 2,08                     |
| JORNAL MINAS 1a EDIÇÃO     | 1,95                     | 1,99                     | 2,03                     | 2,08                     |
| JORNAL MINAS 2a EDIÇÃO     | 1,95                     | 1,99                     | 2,03                     | 2,08                     |
| MEIO DE CAMPO              | 4,45                     | 4,54                     | 4,63                     | 4,82                     |
| MINAS DA GENTE             | 3,97                     | 4,05                     | 4,13                     | 4,30                     |
| NOTURNO NOT                | 1,95                     | 1,99                     | 2,03                     | 2,08                     |
| OPINIÃO MINAS              | 1,95                     | 1,99                     | 2,03                     | 2,08                     |
| PALAVRA CRUZADA            | 1,95                     | 1,99                     | 2,03                     | 2,08                     |
| PRIMEIRAS ESPORTIVAS       | 1,95                     | 1,99                     | 2,03                     | 2,08                     |
| ROTAS                      | 4,20                     | 4,29                     | 4,37                     | 4,56                     |
| <b>MÉDIA DOS PROGRAMAS</b> | <b>2,46</b>              | <b>2,51</b>              | <b>2,56</b>              | <b>2,65</b>              |

#### Cálculo do desempenho:

- Crescimento apurado < meta: Insatisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta: Satisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta+2,5%: Bom
- Crescimento apurado ≥ meta+5%: Muito Bom

## INDICADOR 1.2: Média de ouvintes por minuto da Rádio Inconfidência (AM e FM).

**Descrição:** Indicador que visa monitorar a média de ouvintes por minuto da Rádio Inconfidência (AM e FM). Em dezembro de 2024, a Rádio possuía uma média de 5.110,29 ouvintes por minuto, sendo pactuado para 2025, um aumento de 10% em relação a esse período.

**Alinhamento como Objetivo Estratégico:** Aumentar, diversificar e consolidar a audiência.

**Fórmula de cálculo:** Média de ouvintes por minuto (OPM#) = Número de ouvintes no dia / Número de minutos dentro do ar.

**Unidade de Medida:** Numeral.

**Polaridade:** Maior melhor.

**Sector Responsável:** Diretoria de Conteúdo e Programação.

**Fonte de comprovação:** Relatório de pesquisa de audiência da Rádio, elaborado pela Diretoria Geral, com base nos dados enviados pela Kantar/Ibope.

**Periodicidade de Monitoramento:** Trimestral.

**Periodicidade de Avaliação:** Trimestral.

**Metas:** Conforme quadro abaixo.

| Indicador                                                     | Meta<br>(jan/fev/mar/25) | Meta<br>(abr/mai/jun/25) | Meta<br>(jul/ago/set/25) | Meta<br>(out/nov/dez/25) |
|---------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Média de ouvintes por minuto da Rádio Inconfidência(AM e FM). | 5.238,05                 | 5.365,80                 | 5.493,56                 | 5.621,32                 |

  

| Indicador                                                     | Meta<br>(jan/fev/mar/26) | Meta<br>(abr/mai/jun/26) | Meta<br>(jul/ago/set/26) | Meta<br>(out/nov/dez/26) |
|---------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Média de ouvintes por minuto da Rádio Inconfidência(AM e FM). | 5.892,80                 | 6.023,76                 | 6.154,71                 | 6.285,66                 |

  

| Indicador                                                     | Meta<br>(jan/fev/mar/27) | Meta<br>(abr/mai/jun/27) | Meta<br>(jul/ago/set/27) | Meta<br>(out/nov/dez/27) |
|---------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Média de ouvintes por minuto da Rádio Inconfidência(AM e FM). | 6.416,61                 | 6.707,25                 | 7.004,29                 | 7.167,18                 |

### Cálculo do desempenho:

- Crescimento apurado < meta: Insatisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta: Satisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta + 1%: Bom
- Crescimento apurado ≥ meta + 2%: Muito Bom

### INDICADOR 1.3: Número de downloads do aplicativo Minasplay (acumulado no ano).

**Descrição:** Indicador que visa monitorar o número de downloads do aplicativo Minas play.

**Alinhamento com o Objetivo Estratégico:** Aumentar, diversificar e consolidar a audiência.

**Fórmula de cálculo :** Número de downloads do aplicativo Minasplay efetuados por usuários Android + Número de downloads do aplicativo Minasplay efetuados por usuários Apple.

**Unidade de Medida:** Número (acumulado no ano).

**Polaridade:** Maior melhor.

**Setor Responsável:** Diretoria de Conteúdo e Programação.

**Fonte de comprovação:** Relatório produzido pelas lojas de aplicativos do Google e da Apple.

**Periodicidade de Monitoramento:** Trimestral.

**Periodicidade de Avaliação:** Trimestral.

**Metas:** Conforme quadro abaixo.

| Indicador                                    | Meta<br>(jan/fev/mar/25) | Meta<br>(abr/mai/jun/25) | Meta<br>(jul/ago/set/25) | Meta<br>(out/nov/dez/25) |
|----------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Número de downloads do aplicativo Minasplay. | 1.500                    | 3.000<br>(acumulado)     | 4.500<br>(acumulado)     | 6.000<br>(acumulado)     |

| Indicador                                    | Meta<br>(jan/fev/mar/26) | Meta<br>(abr/mai/jun/26) | Meta<br>(jul/ago/set/26) | Meta<br>(out/nov/dez/26) |
|----------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Número de downloads do aplicativo Minasplay. | 1.650                    | 3.300<br>(acumulado)     | 4.950<br>(acumulado)     | 6.600<br>(acumulado)     |

| Indicador                                    | Meta<br>(jan/fev/mar/27) | Meta<br>(abr/mai/jun/27) | Meta<br>(jul/ago/set/27) | Meta<br>(out/nov/dez/27) |
|----------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Número de downloads do aplicativo Minasplay. | 1.800                    | 3.600<br>(acumulado)     | 5.400<br>(acumulado)     | 7.200<br>(acumulado)     |

#### Cálculo do desempenho:

- Crescimentoapurado < meta: Insatisfatório
- Crescimentoapurado ≥ meta: Satisfatório
- Crescimentoapurado ≥ meta + 1%: Bom
- Crescimentoapurado ≥ meta + 2%: Muito Bom

#### INDICADOR 1.4: Número de novos conteúdos disponíveis no aplicativo Minasplay.

**Descrição:** Indicador que visa monitorar o número de novos conteúdos disponíveis no aplicativo Minasplay.

**Alinhamento com o Objetivo Estratégico:** Aumentar, diversificar e consolidar a audiência.

**Fórmula de cálculo:** Número de novos conteúdos disponíveis no aplicativo Minasplay.

**Unidade de Medida:** Número (acumulado no ano).

**Polaridade:** Maior melhor.

**Setor Responsável:** Diretoria de Audiovisual e Projetos Digitais.

**Fonte de comprovação:** Relatório produzido pela Diretoria de Audiovisual e Projetos Digitais.

**Periodicidade de Monitoramento:** Trimestral.

**Periodicidade de Avaliação:** Trimestral.

**Metas:** Conforme quadro abaixo.

| Indicador                                                      | Meta<br>(jan/fev/mar/25) | Meta<br>(abr/mai/jun/25) | Meta<br>(jul/ago/set/25) | Meta<br>(out/nov/dez/25) |
|----------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Número de novos conteúdos disponíveis no aplicativo Minasplay. | 210                      | 420<br>(acumulado)       | 630<br>(acumulado)       | 840<br>(acumulado)       |

| Indicador                                                      | Meta<br>(jan/fev/mar/26) | Meta<br>(abr/mai/jun/26) | Meta<br>(jul/ago/set/26) | Meta<br>(out/nov/dez/26) |
|----------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Número de novos conteúdos disponíveis no aplicativo Minasplay. | 220                      | 441<br>(acumulado)       | 661<br>(acumulado)       | 882<br>(acumulado)       |

| Indicador                                                      | Meta<br>(jan/fev/mar/27) | Meta<br>(abr/mai/jun/27) | Meta<br>(jul/ago/set/27) | Meta<br>(out/nov/dez/27) |
|----------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Número de novos conteúdos disponíveis no aplicativo Minasplay. | 252                      | 504<br>(acumulado)       | 756<br>(acumulado)       | 1008<br>(acumulado)      |

#### Cálculo do desempenho:

- Crescimento apurado < meta: Insatisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta: Satisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta + 1%: Bom
- Crescimento apurado ≥ meta + 2%: Muito Bom

## INDICADOR 1.5: Número de downloads do aplicativo Rádio Inconfidência.

**Descrição:** Indicador que visa monitorar o número de downloads do aplicativo Rádio Inconfidência.

**Alinhamento com o Objetivo Estratégico:** Aumentar, diversificar e consolidar a audiência.

**Fórmula de cálculo:** Número de downloads do aplicativo Rádio Inconfidência efetuados por usuários Android + Número de downloads do aplicativo Rádio Inconfidência efetuados por usuários Apple.

**Unidade de Medida:** Número (acumulado no ano).

**Polaridade:** Maior melhor.

**Setor Responsável:** Diretoria de Audiovisual e Projetos Digitais.

**Fonte de comprovação:** Relatório produzido pelas lojas de aplicativos do Google e da Apple.

**Periodicidade de Monitoramento:** Trimestral.

**Periodicidade de Avaliação:** Trimestral.

**Metas:** Conforme quadro abaixo.

| Indicador                                              | Meta<br>(jan/fev/mar/25) | Meta<br>(abr/mai/jun/25) | Meta<br>(jul/ago/set/25) | Meta<br>(out/nov/dez/25) |
|--------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Número de downloads do aplicativo Rádio Inconfidência. | 1000                     | 2.000<br>(acumulado)     | 3.000<br>(acumulado)     | 4.000<br>(acumulado)     |

  

| Indicador                                              | Meta<br>(jan/fev/mar/26) | Meta<br>(abr/mai/jun/26) | Meta<br>(jul/ago/set/26) | Meta<br>(out/nov/dez/26) |
|--------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Número de downloads do aplicativo Rádio Inconfidência. | 1100                     | 2.200<br>(acumulado)     | 3.300<br>(acumulado)     | 4.400<br>(acumulado)     |

  

| Indicador                                              | Meta<br>(jan/fev/mar/27) | Meta<br>(abr/mai/jun/27) | Meta<br>(jul/ago/set/27) | Meta<br>(out/nov/dez/27) |
|--------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Número de downloads do aplicativo Rádio Inconfidência. | 1.200                    | 2.400<br>(acumulado)     | 3.600<br>(acumulado)     | 4.800<br>(acumulado)     |

### Cálculo do desempenho:

- Crescimentoapurado < meta: Insatisfatório
- Crescimentoapurado ≥ meta: Satisfatório
- Crescimentoapurado ≥ meta + 2,5%: Bom
- Crescimentoapurado ≥ meta + 5%: Muito Bom

## INDICADOR 1.6: Net Promoter Score da programação da Rede Minas (anual).

**Descrição:** Esse indicador visa monitorar o Net Promoter Score da programação da Rede Minas. O Net Promoter Score (NPS) é uma métrica usada para medir a lealdade dos clientes com base na pergunta: “Em uma escala de 0 a 10, o quanto você recomendaria nossa empresa/produto/serviço a um amigo ou colega?”. As respostas classificam os clientes em promotores (9-10), neutros (7-8) e detratores (0-6). O NPS é calculado subtraindo a porcentagem de detratores da porcentagem de promotores. Ele varia de -100 a 100 e indica o nível de satisfação e fidelidade do cliente.

**Alinhamento com o Objetivo Estratégico:** Percepção e fortalecimento da imagem institucional da EMC e suas marcas.

**Fórmula de cálculo:**  $NPS = \% \text{ Promotores} - \% \text{ Detratores}$ . Onde:

.  $\% \text{ Promotores} = (\text{Número de promotores} / \text{Total de respondentes}) \times 100$ ;

.  $\% \text{ Detratores} = (\text{Número de detratores} / \text{Total de respondentes}) \times 100$ .

**Unidade de Medida:** Numeral.

**Polaridade:** Maior melhor.

**Setor Responsável:** Assessoria de TI.

**Fonte de comprovação:** Planilha de Pesquisa de satisfação, disponibilizada pela Assessoria de TI.

**Periodicidade de Monitoramento:** Trimestral. Periodicidade de Avaliação: Anual.

**Metas:** Conforme quadro abaixo.

| Indicador                                                 | Meta(janadez/25) |
|-----------------------------------------------------------|------------------|
| Média do Net Promoter Score da programação da Rede Minas. | 80               |
| Indicador                                                 | Meta(janadez/26) |
| Média do Net Promoter Score da programação da RedeMinas.  | 84               |
| Indicador                                                 | Meta(janadez/27) |
| Média do Net Promoter Score da programação da RedeMinas.  | 88               |

### Cálculo do desempenho:

- Crescimento apurado < meta: Insatisfatório
- Crescimento apurado  $\geq$  meta: Satisfatório
- Crescimento apurado  $\geq$  meta + 2,5%: Bom
- Crescimento apurado  $\geq$  meta + 5%: Muito Bom

## INDICADOR 1.7: Net Promoter Score da programação da Rádio Inconfidência (anual).

**Descrição:** Esse indicador visa monitorar a Média do Net Promoter Score da programação da Rádio Inconfidência. O Net Promoter Score (NPS) é uma métrica usada para medir a lealdade dos clientes com base na pergunta: “Em uma escala de 0 a 10, o quanto você recomendaria nossa empresa/produto/serviço a um amigo ou colega?”. As respostas classificam os clientes em promotores (9-10), neutros (7-8) e detratores (0-6). O NPS é calculado subtraindo a porcentagem de detratores da porcentagem de promotores. Ele varia de -100 a 100 e indica o nível de satisfação e fidelidade do cliente.

**Alinhamento com o Objetivo Estratégico:** Percepção e fortalecimento da imagem institucional da EMC e suas marcas.

**Fórmula de cálculo:**  $NPS = \% \text{ Promotores} - \% \text{ Detratores}$ . Onde:

.  $\% \text{ Promotores} = (\text{Número de promotores} / \text{Total de respondentes}) \times 100$ ;

.  $\% \text{ Detratores} = (\text{Número de detratores} / \text{Total de respondentes}) \times 100$ . Unidade de Medida: Numeral.

**Polaridade:** Maior melhor.

**Setor Responsável:** Assessoria de TI.

**Fonte de comprovação:** Planilha de Pesquisa de satisfação, disponibilizada pela Assessoria de TI.

**Periodicidade de Monitoramento:** Trimestral. Periodicidade de Avaliação: Anual.

**Metas:** Conforme quadro abaixo.

| Indicador                                                          | Meta(janadez/25) |
|--------------------------------------------------------------------|------------------|
| Média do Net Promoter Score da programação da Rádio Inconfidência. | 50               |
| Indicador                                                          | Meta(janadez/26) |
| Média do Net Promoter Score da programação da Rádio Inconfidência. | 60               |
| Indicador                                                          | Meta(janadez/27) |
| Média do Net Promoter Score da programação da Rádio Inconfidência. | 70               |

**Cálculo do desempenho:**

- Crescimento apurado < meta: Insatisfatório
- Crescimento apurado  $\geq$  meta: Satisfatório
- Crescimento apurado  $\geq$  meta + 2,5%: Bom
- Crescimento apurado  $\geq$  meta + 5%: Muito Bom

## INDICADOR 1.8: Net Promoter Score do aplicativo Minasplay (anual).

**Descrição:** Esse indicador visa monitorar a Média do Net Promoter Score da programação do aplicativo Minasplay. O Net Promoter Score (NPS) é uma métrica usada para medir a lealdade dos clientes com base na pergunta: “Em uma escala de 0 a 10, o quanto você recomendaria nossa empresa/produto/serviço a um amigo ou colega?”. As respostas classificam os clientes em promotores (9-10), neutros (7-8) e detratores (0-6). O NPS é calculado subtraindo a porcentagem de detratores da porcentagem de promotores. Ele varia de -100 a 100 e indica o nível de satisfação e fidelidade do cliente.

Alinhamento com o Objetivo Estratégico: Percepção e fortalecimento da imagem institucional da EMC e suas marcas.

**Fórmula de cálculo:**  $NPS = \% \text{ Promotores} - \% \text{ Detratores}$ . Onde:

.  $\% \text{ Promotores} = (\text{Número de promotores} / \text{Total de respondentes}) \times 100$ ;

.  $\% \text{ Detratores} = (\text{Número de detratores} / \text{Total de respondentes}) \times 100$ .

**Unidade de Medida:** Numeral.

**Polaridade:** Maior melhor.

**Setor Responsável:** Assessoria de TI.

**Fonte de comprovação:** Relatório do Net Promoter Score do aplicativo Minasplay produzido pela Assessoria de TI.

**Periodicidade de Monitoramento:** Trimestral. Periodicidade de Avaliação: Trimestral. Metas: Conforme quadro abaixo.

| Indicador                                             | Meta(janadez/25) |
|-------------------------------------------------------|------------------|
| Média do Net Promoter Score do aplicativo Minas play. | 50               |

  

| Indicador                                             | Meta(janadez/26) |
|-------------------------------------------------------|------------------|
| Média do Net Promoter Score do aplicativo Minas play. | 60               |

  

| Indicador                                             | Meta(janadez/27) |
|-------------------------------------------------------|------------------|
| Média do Net Promoter Score do aplicativo Minas play. | 70               |

### Cálculo do desempenho:

- Crescimento apurado < meta: Insatisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta: Satisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta + 2,5%: Bom
- Crescimento apurado ≥ meta + 5%: Muito Bom

## INDICADOR 1.9: Receita arrecadada pela EMC e FTVM (anual).

**Descrição:** Esse indicador visa medir o valor da Receita arrecadada pela EMC e pela Fundação TV Minas anualmente. Foi estimada tendo como base o valor arrecadado em 2024 (R\$ 6.490.046,56), acrescido de 7% em 2025, 10% em 2026 e 10% em 2027.

**Alinhamento com o Objetivo Estratégico:** Fortalecer as receitas e portfólio de produtos e serviços.

Fórmula de cálculo: Somatório da Receita arrecadada (EMC e FTVM) com Veiculação de Mídia + Receita arrecadada com Licenciamento de acervo + Receita arrecadada com TPRU + Receita arrecadada com Registros Videográficos + Outras receitas arrecadadas.

**Unidade de Medida:** Reais (R\$).

**Polaridade:** Maior Melhor.

**Setor Responsável:** Diretoria de Planejamento, Gestão e Finanças.

**Fonte de comprovação:** Demonstrativo de Resultado do Exercício.

**Periodicidade de Monitoramento:** Trimestral.

**Periodicidade de Avaliação:** Anual.

**Metas:** Conforme quadro abaixo.

| Indicador                                   | Meta(janadez/25) |
|---------------------------------------------|------------------|
| Receita arrecadada pela EMC e FTVM (anual). | R\$6.944.349,82  |
| Indicador                                   | Meta(janadez/26) |
| Receita arrecadada pela EMC e FTVM (anual). | R\$7.638.784,80  |
| Indicador                                   | Meta(janadez/27) |
| Receita arrecadada pela EMC e FTVM (anual). | R\$8.402.663,281 |

### Cálculo do desempenho:

- Crescimento apurado < meta: Insatisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta: Satisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta + 2,5%: Bom
- Crescimento apurado ≥ meta + 5,0%: Muito Bom

## 8. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS - PROCESSOS INTERNOS

Os objetivos estratégicos de processos internos da EMC são: Implementar a política de gestão de pessoas, de forma alinhada com a atuação multiplataforma e intersetorial; e Garantir um modelo de gestão eficiente, com foco no aperfeiçoamento dos processos, ampliação da receita e responsabilidade com os gastos. Para atingir os objetivos, propõe-se os seguintes indicadores.

### INDICADOR 2.1: Nota na pesquisa de clima organizacional da EMC.

**Descrição:** Este indicador será uma forma eficiente de obter dados sobre a percepção dos colaboradores em relação ao clima organizacional da EMC. Visa detectar o que funciona de forma positiva na instituição, e, principalmente os pontos de atenção, auxiliando o gestor na prevenção de eventuais crises. A pesquisa de clima organizacional é um importante instrumento de gestão. Com o clima favorável ao crescimento e satisfação pessoal, a equipe torna-se mais motivada, comprometida e disposta a ajudar no desenvolvimento da instituição. Será monitorado a partir de julho/25, tendo em vista que ainda precisa ser elaborado e testado.

**Alinhamento com o Objetivo Estratégico:** Implementar a política de gestão de pessoas, de forma alinhada com a atuação multiplataforma e intersetorial.

**Fórmula de cálculo:** Somatório das notas obtidas / Número de entrevistados x 100.

**Unidade de Medida:** Percentual(%).

**Polaridade:** Maior Melhor.

**Setor Responsável:** Diretoria de Planejamento, Gestão e Finanças (DPGF).

**Fonte de comprovação:** Armazenamento das pesquisas e planilha elaborada pela Gerência de Gestão de Pessoas, após tabulação dos resultados do questionário elaborado.

**Periodicidade de Monitoramento:** Semestral.

**Periodicidade de Avaliação:** Semestral.

**Metas:** Conforme quadro abaixo.

| Indicador                                        | Meta (jan a jun/25) | Meta (jul a dez/25) |
|--------------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Nota na pesquisa de clima organizacional da EMC. | 55%                 | 60%                 |

  

| Indicador                                        | Meta (jan a jun/26) | Meta (jul a dez/26) |
|--------------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Nota na pesquisa de clima organizacional da EMC. | 62,5%               | 65%                 |

  

| Indicador                                        | Meta (jan a jun/27) | Meta (jul a dez/27) |
|--------------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Nota na pesquisa de clima organizacional da EMC. | 67,5%               | 70%                 |

#### Cálculo do desempenho:

- Crescimento apurado < meta: Insatisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta: Satisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta + 5%: Bom
- Crescimento apurado ≥ meta + 10%: Muito Bom

## INDICADOR 2.2: Nota na pesquisa de satisfação com a comunicação interna da EMC.

**Descrição:** Uma pesquisa de satisfação com a comunicação interna serve para avaliar a eficácia da troca de informações dentro da organização. Ela identifica pontos fortes e áreas de melhoria, ajudando a otimizar os canais de comunicação e o alinhamento entre equipes. Além disso, permite medir o impacto das mensagens organizacionais, garantindo que colaboradores estejam bem informados e engajados. Com os insights obtidos, a empresa pode implementar ações para aprimorar a transparência e o fluxo de comunicação. Isso resulta em um ambiente de trabalho mais produtivo, colaborativo e motivador. Será monitorado a partir de julho/25, tendo em vista que ainda precisa ser elaborado e testado.

**Alinhamento com o Objetivo Estratégico:** Implementar a política de gestão de pessoas, de forma alinhada com a atuação multiplataforma e intersetorial.

**Fórmula de cálculo:** Somatório das notas obtidas / Número de entrevistados x 100.

**Unidade de Medida:** Percentual (%).

**Polaridade:** Maior Melhor.

**Setor Responsável:** Diretoria de Planejamento, Gestão e Finanças (DPGF).

**Fonte de comprovação:** Armazenamento das pesquisas e planilha elaborada pela Gerência de Gestão de Pessoas, após tabulação dos resultados do questionário elaborado.

**Periodicidade de Monitoramento:** Semestral.

**Periodicidade de Avaliação:** Semestral.

**Metas:** Conforme quadro abaixo.

| Indicador                                        | Meta(janajun/25) | Meta(juladez/25) |
|--------------------------------------------------|------------------|------------------|
| Nota na pesquisa de clima organizacional da EMC. | 55%              | 60%              |

  

| Indicador                                        | Meta(janajun/26) | Meta(juladez/26) |
|--------------------------------------------------|------------------|------------------|
| Nota na pesquisa de clima organizacional da EMC. | 62,5%            | 65%              |

  

| Indicador                                        | Meta(janajun/27) | Meta(juladez/27) |
|--------------------------------------------------|------------------|------------------|
| Nota na pesquisa de clima organizacional da EMC. | 67,5%            | 70%              |

### Cálculo do desempenho:

- Crescimento apurado < meta: Insatisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta: Satisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta + 5%: Bom
- Crescimento apurado ≥ meta + 10%: Muito Bom

### INDICADOR 2.3: Liquidação do crédito autorizado no orçamento.

**Descrição:** Este indicador tem por objetivo mensurar a execução do orçamento aprovado (custeio + capital), visando o cumprimento das metas financeiras estabelecidas no PPAG/LOA, com vistas ao atendimento e à realização das ações planejadas.

**Alinhamento com o Objetivo Estratégico:** Garantir um modelo de gestão eficiente, com foco no aperfeiçoamento dos processos, ampliação da receita e responsabilidade com os gastos.

**Fórmula de cálculo:**  $(\text{Total Liquidado} / \text{Crédito Autorizado}) \times 100$ .

**Unidade de Medida:** Percentual (%)

**Polaridade:** Maior Melhor.

**Setor Responsável:** Diretoria de Planejamento, Gestão e Finanças (DPGF).

**Fonte de comprovação:** Relatório elaborado pela DPGF.

**Periodicidade de Monitoramento:** Trimestral. Periodicidade de Avaliação: Anual.

**Metas:** Conforme quadro abai

| Indicador                                      | Meta(janadez/25) |
|------------------------------------------------|------------------|
| Liquidação do crédito autorizado no orçamento. | 90%              |

  

| Indicador                                      | Meta(janadez/26) |
|------------------------------------------------|------------------|
| Liquidação do crédito autorizado no orçamento. | 90%              |

  

| Indicador                                      | Meta(janadez/27) |
|------------------------------------------------|------------------|
| Liquidação do crédito autorizado no orçamento. | 90%              |

#### Cálculo do desempenho:

- Crescimento apurado < meta: Insatisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta: Satisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta + 5%: Bom
- Crescimento apurado ≥ meta + 10%: Muito Bom

## 9. OBJETIVO ESTRATÉGICO - SUPORTE

O objetivo estratégico de suporte da EMC é: Reduzir os custos operacionais da EMC. Para atingir o objetivo, propõe-se o seguinte indicador.

### INDICADOR 3.1: Percentual de redução de custo total operacional (CTO).

**Descrição:** O objetivo de um indicador de redução de custo total operacional é monitorar e otimizar os gastos de uma empresa, aumentando sua eficiência financeira. Ele permite identificar áreas de desperdício, avaliar a eficácia de estratégias de redução de custos e tomar decisões embasadas para melhorar a rentabilidade. Além disso, auxilia na alocação eficiente de recursos e na manutenção da competitividade do negócio. Seu acompanhamento contínuo garante que a empresa alcance metas sustentáveis de redução de despesas sem comprometer a qualidade ou produtividade.

**Alinhamento com o Objetivo Estratégico:** Redução de custos operacionais da EMC.

**Fórmula de cálculo:**  $((\text{CTO Anterior} - \text{CTO Atual}) / \text{CTO Anterior}) \times 100$ .

**Unidade de Medida:** Percentual (%)

**Polaridade:** Maior Melhor.

**Sector Responsável:** Diretoria de Planejamento, Gestão e Finanças.

**Fonte de comprovação:** Relatório elaborado pela Gerência de Planejamento, Contabilidade e Finanças.

**Periodicidade de Monitoramento:** Trimestral.

**Periodicidade de Avaliação:** Anual.

**Metas:** Conforme quadro abaixo.

| Indicador                                         | Meta(janadez/25) |
|---------------------------------------------------|------------------|
| Percentual de redução de Custo total operacional. | 5%               |
| Indicador                                         | Meta(janadez/26) |
| Percentual de redução de Custo total operacional. | 5%               |
| Indicador                                         | Meta(janadez/27) |
| Percentual de redução de Custo total operacional. | 5%               |

#### Cálculo do desempenho:

- Crescimento apurado < meta: Insatisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta: Satisfatório
- Crescimento apurado ≥ meta + 2,5%: Bom
- Crescimento apurado ≥ meta + 5%: Muito Bom

## 10. PROJETOS ESTRATÉGICOS

### PROJETO 1: Criação do Net Promoter Score da programação da Rádio Inconfidência.

**Alinhamento com objetivo(s) estratégico(s):** Percepção e fortalecimento da imagem institucional da EMC e suas marcas.

**Objetivo do projeto:** Permitir ao público ouvinte da Rádio Inconfidência avaliar a programação da Rádio Inconfidência AM e FM por meio do Net Promoter Score.

**Produtos:** Formulário eletrônico elaborado e disponível online, para avaliação da programação da Rádio Inconfidência AM e FM pelo público ouvinte, com base na escala do Net Promoter Score.

**Cronograma:** Executado até junho de 2025.

## PROJETO 2: Criação do Net Promoter Score da programação disponível no aplicativo MinasPlay.

**Alinhamento com objetivo(s) estratégico(s):** Percepção e fortalecimento da imagem institucional da EMC e suas marcas.

**Objetivo do projeto:** Permitir ao público usuário do aplicativo MinasPlay avaliar o conteúdo disponibilizado na plataforma.

**Produtos:** Formulário eletrônico elaborado e disponível online, para avaliação do conteúdo do aplicativo MinasPlay pelo público usuário, com base na escala do Net Promoter Score.

**Cronograma:** Executado até junho de 2025.

**PROJETO 3: Criação do portal de notícias da EMC, com foco em conteúdo do interior do estado de Minas Gerais.**

**Alinhamento com objetivo(s) estratégico(s):** Percepção e fortalecimento da imagem institucional da EMC e suas marcas. Objetivo do projeto: Permitir a população mineira ter acesso a notícias e informação de qualidade do interior do estado de Minas Gerais.

**Produtos:** Canal criado e online.

**Cronograma:** Executado até junho de 2025.

#### **PROJETO 4: Produção de campanhas institucionais das marcas Rede Minas, Rádio Inconfidência e EMC.**

**Alinhamento com objetivo(s) estratégico(s):** Percepção e fortalecimento da imagem institucional da EMC e suas marcas. Objetivo do projeto: Promover as marcas Rede Minas, Rádio Inconfidência e EMC junto ao público alvo, parceiros, patrocinadores e servidores da casa.

**Produtos:** Campanhas institucionais (ações de ativação e eventos institucionais) criadas, sendo 1 ação de ativação por semana e 1 evento institucional por mês.

**Cronograma:** Executado até dezembro de 2027.

## **PROJETO 5: Criação de Pesquisa de satisfação com a comunicação interna.**

**Alinhamento com objetivo(s) estratégico(s):** Implementar a política de gestão de pessoas, de forma alinhada com a atuação multiplataforma e intersetorial.

**Objetivo do projeto:** Permitir aos servidores da EMC avaliar o conteúdo das campanhas institucionais focadas no endomarketing. Depois de criada, a pesquisa se torna o INDICADOR 2.2: Nota na pesquisa de satisfação com a comunicação interna da EMC.

**Produtos:** Formulário eletrônico elaborado e disponível online, para avaliação das campanhas internas de marketing pelo servidor da EMC, bem como relatório de resultados.

**Cronograma:** Executado até junho de 2025.

## PROJETO 6: Criação de Pesquisa de Clima Organizacional.

**Alinhamento com objetivo(s) estratégico(s):** Implementar a política de gestão de pessoas, de forma alinhada com a atuação multiplataforma e intersetorial.

**Objetivo do projeto:** Permitir ao servidor da EMC avaliar o clima organizacional da instituição. Depois de criada, a pesquisa se torna o INDICADOR 2.1: Nota na pesquisa de clima organizacional da EMC.

**Produtos:** Formulário eletrônico elaborado e disponível online, para avaliação do servidor, bem como relatório de resultados.

**Cronograma:** Executado até junho de 2025.

## PROJETO 7: Criação da Central de Relacionamento.

**Alinhamento com objetivo(s) estratégico(s):** Percepção e fortalecimento da imagem institucional da EMC e suas marcas

**Objetivo do projeto:** Complementar ao Diz Ai, deverá ser criado um programa de Central de Relacionamento para conhecer melhor e interagir com nosso público. Os dados bem tratados são ativos importantes para a EMC se posicionar no mercado.

**Produtos:** Central de Relacionamento criada; Estudo com base nos dados coletados sobre os consumidores da Rede Minas e da Rádio Inconfidência criado.

**Cronograma:** Executado até dezembro de 2025.

**PROJETO 8: Criação da Rádio Inconfidência Internacional.**

**Alinhamento com objetivo(s) estratégico(s):** Aumentar, diversificar e consolidar a audiência.

**Objetivo do projeto:** Criar programação direcionada ao público internacional no sinal de Ondas Curtas, aproveitando a interação de ouvintes do mundo. Criar pequenos programetes e uma programação em inglês e espanhol para divulgação de Minas para o mundo.

**Produtos:** Programação internacional criada.

**Cronograma:** Executado até dezembro de 2025.

**PROJETO 9: Criação do CEDOC unificado.**

**Alinhamento com objetivo(s) estratégico(s):** Fortalecer as receitas e portfólio de produtos e serviços.

**Objetivo do projeto:** Catalogar e arquivar adequadamente o conteúdo da Rádio Inconfidência, unificando-o ao CEDOC da Rede Minas. Buscar pelo acervo pedido e o compartilhar com a sociedade. Retomar conversas com a UFMG para possíveis parcerias, ou conseguir financiamento de outra entidade.

**Produtos:** Catálogo e arquivo criado.

**Cronograma:** Executado até dezembro de 2027.

## **PROJETO 10: Automatização e modernização das operações.**

**Alinhamento com objetivo(s) estratégico(s):** Redução de custos operacionais da EMC.

**Objetivo do projeto:** Substituir gradativamente o parque tecnológico da EMC, bem como realizar treinamento de pessoal para utilização dessas novas tecnologias.

**Produtos:** Aquisições e treinamentos realizados.

**Cronograma:** Executado até dezembro de 2027.

## **PROJETO 11: Revisão da grade dos canais de multiprogramação.**

**Alinhamento com objetivo(s) estratégico(s):** Aumentar, diversificar e consolidar a audiência.

**Objetivo do projeto:** Revisar e atualizar a grade de programação dos canais de multiprogramação para oferecer conteúdo educativo, cultural e de entretenimento de alta qualidade, aumentando a audiência e a satisfação do público.

**Produtos:** Grade de programação revisada e atualizada para os canais de multiprogramação; Conteúdo educativo e cultural de alta qualidade, incluindo programas de ensino fundamental e médio, preparação para o Enem e divulgação da cultura e do turismo de Minas Gerais; Espaço de divulgação da cultura e do turismo de Minas Gerais por meio do canal Mineirópolis criado.

**Cronograma:** Executado até dezembro de 2027.

## PROJETO 12: Implementação da Política de Audiovisual.

**Alinhamento com objetivo(s) estratégico(s):** Percepção e fortalecimento da imagem institucional da EMC e suas marcas.

**Objetivo do projeto:** Implementar a política audiovisual da EMC, articulando as políticas públicas e o mercado, para fortalecer a imagem institucional da empresa e suas marcas.

**Produtos:** Plano de ação para implementação da política audiovisual criado; Articulação com órgãos governamentais e entidades do setor audiovisual realizada; Parcerias com produtores e distribuidores de conteúdo audiovisual desenvolvidas; Fundo de apoio à produção audiovisual mineira criado; Eventos e workshops para promover a política audiovisual e fortalecer a imagem da EMC realizados.

**Cronograma:** Executado até dezembro de 2027.

### **PROJETO 13: Expansão do sinal da Rede Minas pelo interior do estado de Minas Gerais.**

**Alinhamento com objetivo(s) estratégico(s):** Aumentar, diversificar e consolidar a audiência.

**Objetivo do projeto:** Alcançar pelo menos 17.000.000 cidadãos mineiros por meio do sinal da Rede Minas, utilizando infraestrutura própria ou de parceiros.

**Produtos:** Planilha contendo a lista de cidades e número de habitantes com sinal disponível.

**Cronograma:** Executado até dezembro de 2027.

**PROJETO 14: Estabelecimento de parcerias com rádios do interior do estado de Minas Gerais.**

**Alinhamento com objetivo(s) estratégico(s):** Aumentar, diversificar e consolidar a audiência.

**Objetivo do projeto:** Melhorar e estabilizar o sinal da rádio AM, por meio da utilização da rede de transmissores de rádios do interior do estado.

**Produtos:** Planilha contendo a lista de novas parcerias realizadas com rádios do interior do estado.

**Cronograma:** Executado até dezembro de 2027.

**PROJETO 15: Estabelecimento de parcerias com federações e entidades esportivas consolidadas.**

**Alinhamento com objetivo(s) estratégico(s):** Aumentar, diversificar e consolidar a audiência.

**Objetivo do projeto:** Atrair público que se interessa por esportes para a Rede Minas e Rádio Inconfidência.

**Produtos:** Parcerias de exibição com federações e entidades esportivas firmadas.

**Cronograma:** Executado até dezembro de 2027.

## PROJETO 16: Plano de aprimoramento da gestão da EMC.

**Alinhamento com objetivo(s) estratégico(s):** Garantir um modelo de gestão eficiente, com foco no aperfeiçoamento dos processos, ampliação da receita e responsabilidade com os gastos.

**Descrição:** O Plano de aprimoramento da gestão da EMC, foca na melhoria contínua dos processos, na otimização de recursos e na implementação de boas práticas organizacionais. Ele visa aumentar a eficiência, a inovação e a competitividade da empresa. Através de diagnósticos, metodologias ágeis e monitoramento dos subprojetos propostos, propõe melhorar a tomada de decisão, promover o crescimento sustentável e adaptar-se às mudanças do mercado. O Plano foi dividido em 6 subprojetos, conforme quadro a seguir.

| Número | Subprojeto                                                                      | Objetivo do Subprojeto                                                                                                                                                                               | Produtos                                                                                | Setor Responsável                                        | Prazo                           |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|---------------------------------|
| 16.1.1 | Criação de mapeamento de fluxos de macroprocessos da EMC.                       | Levantar quais fluxos de macroprocessos da EMC existem, se estão bem desenhados. Desenhar aqueles macroprocessos que ainda não existem, bem como redesenhar aqueles que não estiverem satisfatórios. | Documento contendo o mapeamento de fluxos de macroprocessos da EMC.                     | Diretoria Geral.                                         | Executado até dezembro de 2025. |
| 16.1.2 | Execução dos fluxos criados pelo mapeamento.                                    | Executar na prática os fluxos criados pelo mapeamento.                                                                                                                                               | Relatório criado, comprovando a implementação dos fluxos.                               | Diretoria Geral.                                         | Executado até dezembro de 2027. |
| 16.2.1 | Criação de Estudo sobre uso da Inteligência Artificial.                         | Estudar e desenvolver estratégias para a incorporação da inteligência artificial no dia a dia da EMC, para cada diretoria e assessoria.                                                              | Estudo desenvolvido.                                                                    | Diretoria Geral.                                         | Executado até dezembro de 2025. |
| 16.2.2 | Execução das práticas criadas pelo Estudo sobre uso da Inteligência Artificial. | Executar na prática as ações estabelecidas pelo estudo.                                                                                                                                              | Relatório criado, comprovando a implementação das novas práticas do Estudo.             | Diretoria Geral.                                         | Executado até dezembro de 2027. |
| 16.3.1 | Criação do Manual de Operação.                                                  | Elaborar manual de POPs com o objetivo de melhorar a segurança e qualidade das operações, aderente aos objetivos de suporte.                                                                         | Manual criado.                                                                          | Diretoria de Tecnologia e Políticas de Telecomunicações. | Executado até dezembro de 2025. |
| 16.3.2 | Execução das práticas criadas pelo Manual de Operação.                          | Executar na prática as ações estabelecidas pelo Manual de Operação.                                                                                                                                  | Relatório criado, comprovando a implementação das novas práticas do Manual de Operação. | Diretoria de Tecnologia e Políticas de Telecomunicações. | Executado até dezembro de 2027. |
| 16.4.1 | Criação do Manual de Redação.                                                   | Elaborar manual de Redação EMC, com o objetivo de trazer mais padronização e qualidade às operações editoriais.                                                                                      | Manual criado.                                                                          | Diretoria de Conteúdo e Programação                      | Executado até dezembro de 2025. |
| 16.4.2 | Execução das práticas criadas pelo Manual de Redação.                           | Executar na prática as ações estabelecidas pelo Manual de Redação.                                                                                                                                   | Relatório criado, comprovando a implementação das novas práticas do Manual de Redação.  | Diretoria de Conteúdo e Programação                      | Executado até dezembro de 2027. |
| 16.5   | Execução do Programa de Integridade.                                            | Executar na prática as ações estabelecidas no Programa de Integridade da EMC.                                                                                                                        | Relatório criado, comprovando a execução das ações.                                     | Comissão de Integridade                                  | Executado até dezembro de 2027. |
| 16.6   | Execução da Política de Gestão de Pessoas.                                      | Executar na prática as ações estabelecidas na Política de Gestão de Pessoas da EMC.                                                                                                                  | Relatório criado, comprovando a execução das ações.                                     | Diretoria de Planejamento Gestão e Finanças              | Executado até dezembro de 2027. |