



PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO



PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO 2019-2020

Goiânia- Goiás
2019



TRIBUNAL REGIONAL DO TRABALHO DA 18ª REGIÃO - GOIÁS

Presidente

Desembargador Paulo Sérgio Pimenta

Vice-Presidente

Desembargador Daniel Viana Júnior

Desembargadores do Trabalho

Desembargador Aldon do Vale Alves Taglialegra

Desembargador Elvecio Moura dos Santos

Desembargador Eugênio José Cesário Rosa

Desembargador Gentil Pio de Oliveira

Desembargador Geraldo Rodrigues do Nascimento

Desembargadora Iara Teixeira Rios

Desembargadora Kathia Maria Bomtempo de Albuquerque

Desembargador Mário Sérgio Bottazzo

Desembargadora Rosa Nair da Silva Nogueira Reis

Desembargador Platon Teixeira de Azevedo Filho

Desembargadora Silene Aparecida Coelho

Desembargador Welington Luis Peixoto

SUMÁRIO

ALINHAMENTO DO PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO À ESTRATÉGIA DA JUSTIÇA DO TRABALHO	7
IDENTIDADE ORGANIZACIONAL	8
MISSÃO:.....	8
VISÃO:.....	9
VALORES:.....	10
METODOLOGIA DE ELABORAÇÃO	12
1ª Etapa	12
2ª Etapa	12
3ª Etapa	12
4ª Etapa	12
5ª Etapa	12
ANÁLISE DE CENÁRIO	13
MAPA ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO DO TRT - 18ª REGIÃO	16
DESCRIÇÃO DOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	17
INDICADORES E METAS	20
Indicadores - Perspectiva Resultados	20
Metas – Perspectiva Processos Resultados	21
Indicadores - Perspectiva Processos Internos	22
Metas – Perspectiva Processos Internos	23
	5



TRIBUNAL REGIONAL DO TRABALHO DA 18ª REGIÃO - GOIÁS

Indicadores - Perspectiva Recursos	24
Metas - Perspectiva Recursos	25
INICIATIVAS ESTRATÉGICAS	26

IDENTIDADE ORGANIZACIONAL

MISSÃO:

A missão de uma organização é algo crucial, e sua importância raramente é compreendida. Por meio dela, procura-se determinar qual o negócio da organização, por que ela existe, ou ainda, em que tipos de atividades deverá concentrar-se no futuro.

A missão atribui um sentido a tudo o que as pessoas fazem no dia a dia. Verifica-se que a missão é a determinação do motivo central do planejamento, da sua razão de ser. Corresponde a um horizonte dentro do qual a organização atua ou poderá atuar.

A importância que se dá à missão está relacionada ao fato de que ela é uma diretriz da qual derivam vários objetivos estratégicos voltados ao alcance da excelência.

Após o processo de levantamento de informações, a missão definida para a comunicação institucional do TRT18 é:

“COMUNICAR PARA INTEGRAR E VALORIZAR A JUSTIÇA DO TRABALHO”

VALORES:

Os valores traduzem as crenças nas quais acreditamos e regem às relações sociais que transformam em realidade concreta o pensamento estratégico. Os valores são dogmas duradouros e basilares da organização, tendo relevância e importância intrínsecas para o pessoal interno da organização.

É preciso identificar, explicitar e divulgar os valores fundamentais da organização, as crenças que norteiam o seu cotidiano.

Os valores definidos para a comunicação organizacional do Tribunal Regional do Trabalho da 18ª Região são:

- **Acessibilidade:** utilização de linguagem clara, objetiva e adequada, com o uso de mecanismos e alternativas técnicas que tornem acessíveis os sistemas de comunicação e sinalização às pessoas com deficiência;
- **Agilidade:** apuração e divulgação de informações atualizadas;
- **Credibilidade:** divulgação de informações fidedignas, com a apuração minuciosa dos fatos, de forma a fortalecer a reputação do TRT18ª Região junto aos seus públicos de interesse;
- **Efetividade:** otimização de recursos e práticas, com minimização de erros, em busca da maior qualidade dos serviços prestados e ampliação do alcance dos públicos de relacionamento;
- **Ética:** as atividades de comunicação são pautadas pelos princípios éticos das profissões de jornalismo, publicidade, radialismo e relações públicas, bem como do Código de Ética dos Servidores do TRT18;

- **Impessoalidade:** comunicação com foco no interesse público e na missão da 18ª Região Trabalhista, sendo vedada a utilização dos canais de comunicação do Tribunal para interesse particular e promoção pessoal;
- **Inovação:** evolução das ferramentas de comunicação com a apropriação de novas tecnologias e recursos, capacitação dos profissionais de comunicação e observância da responsabilidade socioambiental.
- **Integração:** desenvolvimento da comunicação integrada com o envolvimento do público interno, estimulando a participação nos projetos institucionais.
- **Proatividade:** antecipação na identificação de crise de imagem e das necessidades dos públicos de interesse, com a devida responsabilização na tomada de decisão;
- **Transparência:** respeito ao princípio da publicidade, por meio da divulgação dos atos administrativos e judiciais, publicação de notícias, veiculação de campanhas e elaboração de ações de comunicação dirigida.

METODOLOGIA DE ELABORAÇÃO

O processo de elaboração do Plano Estratégico de Comunicação foi executado conforme as etapas listadas abaixo:

1ª Etapa

Construção do diagnóstico de comunicação, o qual teve como base o levantamento das políticas de comunicação do órgão, do CSJT e do CNJ, o diagnóstico de comunicação das unidades (PA 11054/2016), relatórios de visualização do portal, estatísticas da ferramenta mensageiro, pesquisa web de satisfação dos usuários em relação à Intranet, pesquisas sobre os sistemas de comunicação de outros tribunais e estudos junto a instituições privadas e organizações não governamentais. Posteriormente, foi elaborada uma lista de identificação de fragilidades de comunicação, a qual foi apresentada ao Desembargador-Presidente.

2ª Etapa

Reuniões para avaliação do cenário interno e externo da comunicação organizacional.

3ª Etapa

Reuniões com a equipe da Coordenadoria de Comunicação Social para definição das diretrizes gerais de comunicação, da missão, da visão, dos valores e dos objetivos de contribuição com o uso da ferramenta Balanced Scorecard.

4ª Etapa

Definição em equipe das metas e indicadores utilizados para o Plano.

5ª Etapa

Revisão, validação e alinhamento do Plano Estratégico de Comunicação pela Secretaria de Gestão Estratégica.

ANÁLISE DE CENÁRIO

Em um ambiente de constantes transformações econômicas e políticas e com o avanço tecnológico, as organizações devem ser ágeis para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades que aparecem.

Vasconcellos Filho, em seu modelo, considera que as técnicas de construção de cenários são particularmente adequadas para os seguintes questionamentos: quais os pontos fortes e fracos que podem ser afetados pelas mudanças no ambiente; quais as oportunidades que o ambiente oferece e quais as ameaças; e que mudanças poderão ocorrer.

A análise de cenário foi construída por meio de reuniões com todos os participantes da Coordenadoria de Comunicação Social e com o apoio e contribuição da equipe da Secretaria de Gestão Estratégica.

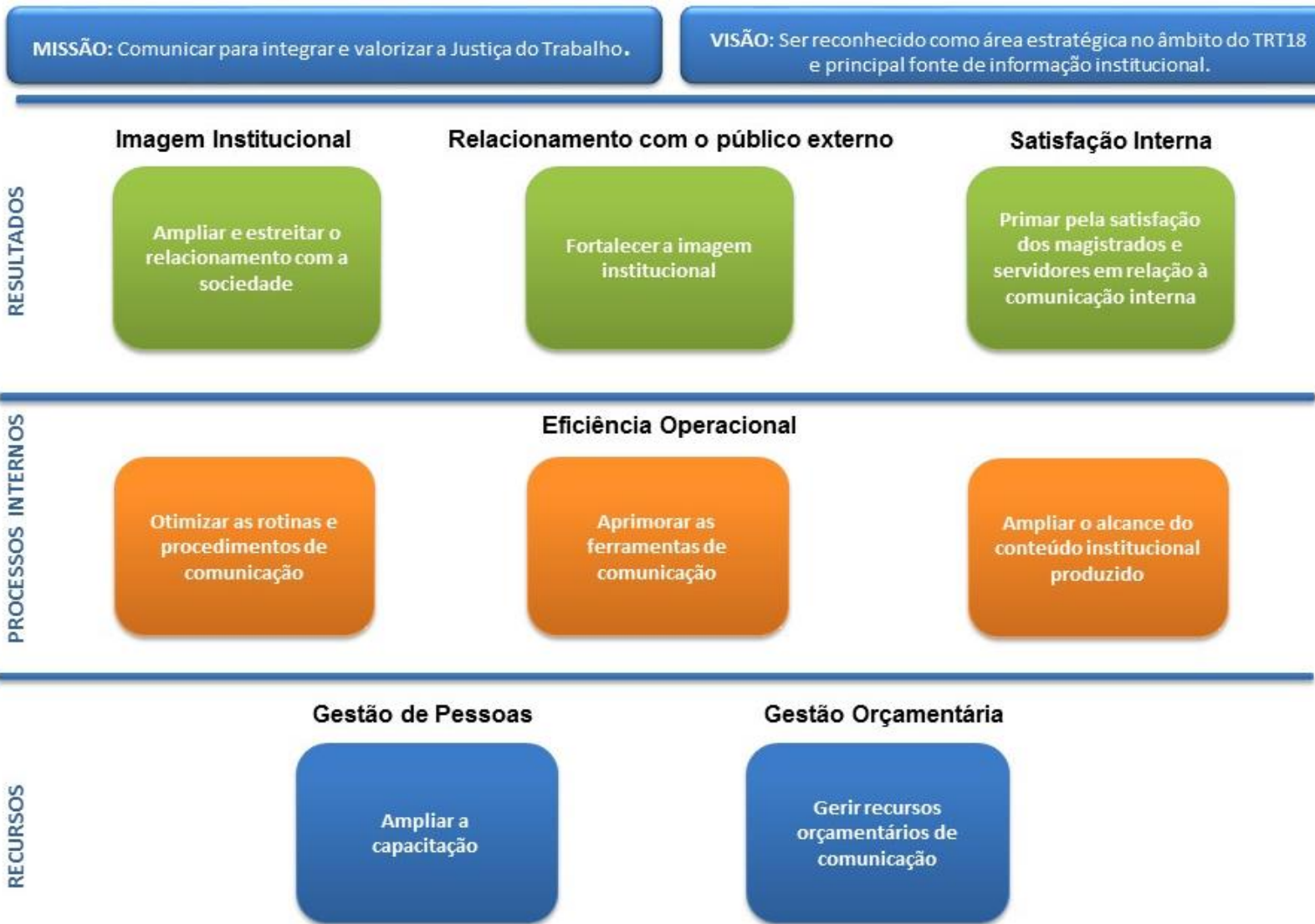


MATRIZ SWOT

	Oportunidades	Ameaças
Ambiente Externo	<ul style="list-style-type: none"> • Implementação do Plano Nacional de Comunicação; • Adoção da solução do GSuite; • Maior valorização da comunicação social, em nível nacional; • Potencialização das ações de comunicação e ampliação da interatividade em razão do avanço dos recursos tecnológicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Excesso de demandas urgentes e não programadas; • Reduzido número de acessos às matérias publicadas na intranet; • Descontinuidade administrativa na troca de gestão, com mudança de prioridades; • Descontinuidade de aprimoramento dos projetos que demandam melhorias de sistemas de TI; • Corte orçamentário; • Desconhecimento da grande mídia para tratar de assuntos que envolvam o judiciário trabalhista; • Orientação editorial, em alguns veículos de comunicação, que dificulta a divulgação de matérias relativas ao papel da Justiça do Trabalho; • Viralização de notícias falsas nas redes sociais; • Falta de disponibilidade da Alta Administração e magistrados para se relacionar com a mídia; • Mídia pautada por interesses econômicos e políticos; • Eventual demora na interlocução com a presidência do Tribunal; • Ataques externos ao papel da Justiça do Trabalho.
Ambiente Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Equipe capacitada, experiente, entrosada e comprometida; • Excelente clima organizacional; • Infraestrutura física adequada; • Adoção de práticas de governança corporativa na gestão da comunicação; • Adoção de ferramenta de controle e centralização de demandas e produtividade da área; • Variedade e boa qualidade dos canais de comunicação (portal, intranet, 'Bom dia TRT', rádio web, programa de TV, redes sociais e mídia indoor); • Processos de trabalho mapeados; • Rubrica orçamentária específica para ações de comunicação; • Bom relacionamento com a imprensa e com as fontes de informação da instituição; • Estúdio próprio de rádio e TV; • Cultura já consolidada no Tribunal de demandar a Unidade para divulgação de informações aos públicos interno e externo; • Alta produtividade de conteúdo e com qualidade; • Agilidade no fornecimento de informações demandadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ausência de computadores compatíveis com a área de design gráfico e edição de vídeo; • Memória do e-mail institucional insuficiente; • Ausência do Plano de Gestão de Crise de Imagem; • Ausência de padronização de acordo de nível de serviço (prazos e prioridades); • Não participação da unidade na definição do orçamento da Comunicação; • Deficiência de indicadores de desempenho e resultados; • Deficiência de gestão documental; • Desconhecimento pelos usuários internos das funcionalidades dos meios de comunicação disponíveis; • Limitação de infraestrutura de TI para expansão da rádio web e TV corporativa; • Ausência de recurso tecnológico para contagem de acesso das matérias publicadas no portal; • Falta de interesse do público interno; • Número insuficiente de servidores; • Não entendimento da alta Administração do papel estratégico da comunicação; • Ausência de plano de capacitação para os servidores da Comunicação do TRT18; • Utilização considerável dos meios informais para comunicação administrativa; • Deficiência de estatísticas e pesquisas internas, a fim de aprimorar ferramentas e métodos de trabalhos.

- Intranet poluída, com notícias em excesso. É preciso valorizar mais cada notícia divulgada. Portal sem imagens (fotos ou ilustrações) das notícias de destaque.
- Layout desatualizado do portal;
- Número insuficiente de ações de comunicação direcionadas para alcançar a população mais carente;
- Falta de ações específicas para despertar maior interesse da imprensa quanto aos fatos e acontecimentos relacionados à Justiça do Trabalho;
- Alta carga de trabalho no TRT, principalmente na área fim, prejudicando o acesso ao conteúdo produzido pela Comunicação.

MAPA ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO DO TRT - 18ª REGIÃO



DESCRIÇÃO DOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATÉGICO	DESCRIÇÃO
Resultados	Ampliar e estreitar o relacionamento com a sociedade	Aumentar a visibilidade e a divulgação da Justiça do Trabalho por intermédio de ferramentas e conteúdos direcionados ao público externo.
	Fortalecer a imagem institucional	Melhorar a percepção sobre a importância e a confiança do TRT18 junto aos seus clientes
	Primar pela satisfação dos magistrados e servidores em relação à comunicação interna	Buscar a avaliação positiva dos clientes internos do TRT18 em relação aos serviços de comunicação disponibilizados

INDICADORES E METAS

Indicadores - Perspectiva Resultados			
Objetivo	Tema	Indicador	Descrição do Indicador
Ampliar e estreitar o relacionamento com a sociedade	Relacionamento com o público externo	Índice de releases repercutidos na mídia	Quantidade de releases repercutidos na mídia dentre aqueles encaminhados via e-mail pela Comunicação do TRT18
		Índice de interação nas redes sociais	Média aritmética de índices calculados em cada rede social, abrangendo o número de visualizações do Youtube, número de impressões do Instagram e o número de alcance do Facebook
Fortalecer a imagem institucional	Imagem institucional	Índice de confiança do tribunal	Porcentagem de respostas favoráveis obtidas na Pesquisa de Satisfação de Clientes
Primar pela satisfação dos magistrados e servidores em relação à comunicação interna	Satisfação interna	Índice de satisfação interna quanto à comunicação organizacional	Porcentagem de respostas favoráveis obtidas na Pesquisa de Clima Organizacional e Qualidade de Vida no Trabalho

Metas – Perspectiva Processos Resultados

Objetivo	Indicador	Fórmula de Cálculo	Linhas de Base		
			2018	2019	2020
Ampliar e estreitar o relacionamento com a sociedade	Índice de releases repercutidos na mídia	$\frac{\sum \text{Qtde de releases repercutidos na mídia no ano corrente}}{\sum \text{Qtde de releases repercutidos na mídia em 2018}}$	1	1,1	1,2
	Índice de interação nas redes sociais	$\frac{\{\text{Índice de visualizações no Youtube/Linha de Base de visualizações do Youtube} + \text{Índice de alcance no Facebook/Linha de base do alcance do Facebook} + \text{Índice de impressões no Instagram/Linha de base de impressões no Instagram}\}/3}$	1	1,1	1,2
Fortalecer a imagem institucional	Índice de confiança do tribunal	$\frac{\sum (\text{Respostas favoráveis obtidas na Pesquisa de Satisfação de Clientes})}{\text{Nº de respondentes}}$	83%	84%	85%
Primar pela satisfação dos magistrados e servidores em relação à comunicação interna	Índice de satisfação interna quanto à comunicação organizacional	$\frac{\sum \text{Respostas favoráveis obtida na Pesquisa de Clima Organizacional e Qualidade de Vida no Trabalho}}{\text{Nº de respondentes}}$	78%	79%	80%

Indicadores - Perspectiva Processos Internos

Objetivo	Tema	Indicador	Descrição do Indicador
Otimizar as rotinas e procedimentos de comunicação	Eficiência operacional	Índice de processos de comunicação modelados	Mede a quantidade de processos de comunicação modelados em relação ao total de processos de trabalho de Comunicação
		Taxa de cumprimento do acordo de nível de serviço	Mede a porcentagem de atendimento do acordo de nível de serviço planejado junto aos clientes
Aprimorar as ferramentas de comunicação	Eficiência operacional	Índice de satisfação interna com as ferramentas de comunicação	Porcentagem de respostas favoráveis obtidas na Pesquisa de Clima Organizacional e de Qualidade de Vida no Trabalho nas perguntas relativas às ferramentas de comunicação do TRT18
Ampliar o alcance do conteúdo institucional produzido	Eficiência operacional	Quantidade de acessos ao conteúdo jornalístico do portal	Média da quantidade de leitores de notícias publicada no portal
		Quantidade de acessos ao conteúdo jornalístico da intranet	Média da quantidade de leitores por notícia publicada na intranet

Metas – Perspectiva Processos Internos

Objetivo	Indicador	Fórmula de Cálculo	Linha de Base		
			2018	2019	2020
Otimizar as rotinas e procedimentos de comunicação	Índice de processos de comunicação modelados	$\frac{\Sigma \text{ Processos modelados}}{\text{Nº total de processos de comunicação}}$	30%	50%	80%
	Taxa de cumprimento do acordo de nível de serviço	$\frac{\Sigma (\text{Chamados atendidos no prazo no ano corrente})}{\text{Nº total de chamados}}$	60%	70%	75%
Aprimorar as ferramentas de comunicação	Índice de satisfação interna com as ferramentas de comunicação	$\frac{\Sigma \text{ Porcentagem de respostas favoráveis obtidas na Pesquisa de Clima Organizacional e de Qualidade de Vida no Trabalho nas perguntas relativas às ferramentas de comunicação do TRT18}}{\text{Total de respostas}}$	85%	85%	85%
Ampliar o alcance do conteúdo institucional produzido	Quantidade de acessos ao conteúdo jornalístico do portal	$\frac{\Sigma \text{ Qtde de acessos às notícias portal publicadas no ano corrente}}{\text{Total de acessos}}$	450000	475000	500000
	Quantidade de acessos ao conteúdo jornalístico da intranet	$\frac{\Sigma \text{ Qtde de acessos às notícias intranet publicadas no ano corrente}}{\text{Total de acessos}}$	102686	112954	123223

Metas - Perspectiva Recursos

Objetivo	Indicador	Fórmula de Cálculo	Linha de Base	Metas	
			2018	2019	2020
Ampliar a capacitação	Quantidade de servidores e magistrados capacitados em comunicação	Σ (magistrados e servidores que participaram de treinamento em comunicação)	0	60	120
	Quantidade de horas de capacitação interna	Σ (Carga horária dos treinamentos realizados pela equipe de comunicação)	84	300	350
Gerir os recursos orçamentários de comunicação	Índice orçamentário de comunicação	Σ (Orçamento executado) / Σ (Dotação Orçamentária)	100%	100%	100%

INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

Iniciativa	Objetivos Estratégicos	Descrição da Iniciativa
Programa de capacitação de magistrados e servidores	Ampliar a capacitação	Oferecimento, em parceria com a Escola Judicial do TRT18ª Região, de cursos presenciais e a distância nas ferramentas e técnicas de comunicação, e de oferecimento de mídia training para a Administração
Plano anual de capacitação interna	Ampliar a capacitação	Criação do Plano Anual de Capacitação, vinculado ao Plano Anual de Comunicação, para os servidores da área de Comunicação Social
Modelagem dos processos de comunicação	Otimizar as rotinas e procedimentos de comunicação	Modelagem e revisão periódica de todos os processos de comunicação
Implementação de Acordo de Nível de Serviço	Otimizar as rotinas e procedimentos de comunicação	Implantação e acompanhamento de indicadores de desempenho relacionados aos processos de comunicação
Aprimoramento dos processos de gestão das ferramentas de comunicação	Aprimorar as ferramentas de comunicação	Implantação e aperfeiçoamento de processos de gestão de melhorias, gestão de usuários e gestão de conteúdo no Portal da Internet, Intranet, Bom dia TRT, Correio Eletrônico, Lista Telefônica, Agenda Corporativa, Clipping, Newsletter, Chat eletrônico e Mídia Indoor
Pesquisa de satisfação interna	Aprimorar as ferramentas de comunicação	Incluir questões relacionadas à satisfação com as ferramentas de comunicação interna na pesquisa de satisfação de usuários

Análise de dados estatísticos de acesso ao portal da Internet e da Intranet	Ampliar o alcance do conteúdo institucional produzido	Implantação de ferramenta especializada para análise estatística e de comportamento dos usuários do Portal da Internet e da Intranet, a fim de coletar dados para subsidiar o tratamento do conteúdo veiculado
Monitoramento e análise crítica de indicadores relacionados ao canal do TRT18 no youtube, instagram e facebook	Ampliar e estreitar o relacionamento com a sociedade	Monitoramento e acompanhamento dos dados estatísticos das redes sociais nas quais o TRT18 possui perfil institucional, no intuito de orientar a criação do conteúdo publicado nas redes
Implantação de Plano de Crise de Imagem	Fortalecer a imagem institucional	Criação de plano contemplando as ações de contingência e as estruturas de governança que precisam ser acionadas no caso da ocorrência de um evento de crise de imagem
Contratação de Curso em Mídia Training	Fortalecer a imagem institucional	Contratação de treinamento para os dirigentes do TRT18 para prepará-los para ao relacionamento com a imprensa para as respostas em situações de crise
Melhoria da sinalização interna	Primar pela satisfação dos magistrados e servidores em relação à comunicação interna	Acompanhamento do restante da execução do projeto de reestruturação da sinalização interna
Elaboração e execução de campanhas de fortalecimento da imagem da Justiça do Trabalho	Fortalecer a imagem institucional	Elaboração e execução de campanhas para veiculação junto ao público externo buscando valorizar a imagem da Justiça do Trabalho diante da sociedade
Ampliar o alcance da mídia Indoor	Fortalecer a imagem institucional	Veicular o conteúdo da Mídia Indoor nos monitores das salas de audiência de todas as Varas do Trabalho de Goiás
Realização de campanhas de promoção da intranet	Ampliar o alcance do conteúdo institucional produzido	Realização de promoções envolvendo o sorteio de prêmios para estimular a interação dos usuários com a Intranet

Realização de campanhas de promoção nas redes sociais do TRT18	Ampliar e estreitar o relacionamento com a sociedade	Realização de promoções envolvendo o sorteio de prêmios para estimular a interação dos usuários das redes sociais com as contas oficiais de comunicação do TRT18
Criação de spot radiofônico do TRT18	Ampliar e estreitar o relacionamento com a sociedade	Criação de um programa de rádio do TRT18 para ser veiculado em rádios locais/nacionais, atingindo público externo de várias faixas de renda
Monitorar periodicamente o andamento da execução dos contratos geridos pela comunicação	Gerir recursos orçamentários de comunicação	Criação de controle periódico com a relação de contratos e com a execução de cada um deles
Estruturação do Espaço Cultural do TRT18	Ampliar e estreitar o relacionamento com a sociedade	Normatizar o uso do Espaço Cultural do TRT, definindo regras e periodicidade de exposições artísticas
Envio de releases para a imprensa	Índice de releases repercutidos na mídia	Envio periódico das matérias jornalísticas para veículos de imprensa como sugestão de pauta

TRIBUNAL REGIONAL DO TRABALHO DA 18ª REGIÃO – GOIÁS
COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO 2019-2020

EQUIPE DE DESENVOLVIMENTO

Carla Cristina Carvalho

Cristina Carneiro de Moura Gomes Vieira

Diogo Felipe de Aguiar

Fabíola Mendes Villela

Ivani Ribeiro da Silva

Lídia Cristina Neves Cunha

Jaqueline dos Santos Martins Rodrigues

Márcia Divina Bueno Rosa

Maurício Alves Pimentel

Wendel Franco de Sá Guimarães

DIRETORA DA COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Lídia Barros Nercessian